جامعة مؤتة

عمادة الدراسات العليا

الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني- دراسة مقارنة

منصور عبدالسلام اجويعد الصرايرة

رسالة

مقدمة الى

عمادة الدراسات العليا

استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة

الماجستيرفي القانون – قسم القانون الخاص

جامعة مؤتة، 2003

جامـــعة مـــؤتة	بسم الله الرحمن الرحيم
عمادة الدراسات العليا	**اجازة رسالة جامعية**

تقرر اجازة الرسالة المقدمة من الطالب منصور عبدالسلام الصرايرة والموسومة بـ:

"الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني - دراسة مقارنة" استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون.

القسم : القانون الخاص.

الأسم	التوقيع	التاريخ	
د. عبدالله الخشروم		٢٠٠٣/٥/٢٧	مشرفاً
د. عبدالعزيز اللصاصمة		٢٠٠٣/٥/٢٧	عضواً
د. مصلح الطراونة		٢٠٠٣/٥/٢٧	عضواً
د. صلاح زين الدين		٢٠٠٣/٥/٢٧	عضواً

عميد الدراسات العليا

د. ذياب البداينـــــة

الإهداء

إلى روح أبي الذي فارقنا حياً ولم تفارقنا ذكراه، إلىالقلب الدافئ، رمز العطاء والكفاح أمي، إلىأخواني وأخواتي الأعزاء، إلى من وقف بجانبي دائما أخي محمد إلى جميع الأصدقاء والأحباء، وإلى من وقفت بجانبي دون كللٍ أو تعبٍ إلهام أهدي هذا الجَهد.

منصور عبدالسلام اجويعد الصرايرة

شكر وتقدير

يسعدني بعد أن أتممت كتابــة هذه الرسالة المتواضعة – بعون الله تعالى – أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى أستاذي الفاضل الدكتور عبد الله الخشروم الذي تكرم فأشرف على هذه الرسالة، فأحاطني برعايته وإهتمامه وعلمه، حيث زودني بما يلزم من توجيه وإرشاد، مما كان له كل الأثر في إظهار هذه الرسالة بالشكل المطلوب، وجزاه الله كل الخير والعافية.

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة الكرام، جزاهم الله عني كل خير على قبولهم مناقشة هذه الرسالة وسأتقبل كافة ملاحظاتهم وتوجيهاتهم التى سيكون من شأنها إغناء هذه الرسالة.

كما أتقدم بالإمتنان والإحترام إلى جميع الأساتذة في كلية الحقوق بجامعة مؤته الذين غمروني بعلمهم النافع في مرحلتي البكالوريوس والماجستير، كما أتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى زملائي في محكمة صلح لواء عي لمساعدتهم لي في تخطي هذه المرحلة، هذا وأرجو من الله العلي العظيم، أن يوفقني لما فيه خير وصلاح العلم والمعرفة في بلدنا الأردن وإلى الله القوي الغني أتوجه بطلب القبول والحمد لله على صدق القول والعمل.

منصور عبدالسلام اجويعد الصرايره

جدول المحتويات

الموضوع **الصفحة**

الفصل الثاني :

الملخص

الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني

- دراسة مقارنة -

منصور عبدالسلام اجويعد الصرايرة

اشراف الدكتور

عبدالله الخشروم

لقد عالجت الدراسة موضوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أربعة فصول يسبقها مقدمة، تناولت فيها الإطار العام لموضوع العلامات التجارية من حيث نشأتها التاريخية وتطور أحكامها التشريعية في الأردن وتعريفها وأهميتها ووظائفها وأشكالها، كذلك أنواع العلامات التجارية والشروط الموضوعية والشكلية الواجب توافرها في العلامة القابلة للتسجيل .

ثم تطرقت الدراسة ومن خلال الفصول الأربعة اللاحقة لمفهوم الترخيص باستعمال العلامة التجارية بإعتباره أحد التصرفات القانونية الواردة على العلامة التجارية، حيث تناولت الدراسة في الفصل الأول مدى جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية وتبين لها من خلال ذلك أن الترخيص باستعمال العلامة التجارية يرتبط إرتباطاً وثيقاً بموقف التشريعات المقارنة من مسألة التصرف بالعلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، فالتشريعات التى أجازت التصرف بالعلامة التجارية بشكل مستقل عن المحل التجاري أجازت الترخيص باستعمالها، في حين أن التشريعات التي حظرت التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري حظرت الترخيص باستعمالها .

ثم تناولت الدراسة في الفصل الثاني الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد له نظامه القانوني الخاص به، حيث تناولت فيه تعريف العقد وطبيعته القانونية وخصائصه وسماته التي تميزه عن غيره من العقود التجارية الأخرى وأطرافه وكيفية إبرامه ، ثم تناولت الدراسة في الفصل الثالث محل عقد الترخيص وتمييزه عن بعض التصرفات القانونية الأخرى. حيث خلصت الدراسة الى ان محل العقد المذكور هو علامة تجارية مسجلة ويتميز بخصائص وسمات معينة وحمايتها وأنواع

العقد المذكور من حيث نطاق الحقوق المخولة للمرخص لـــه بموجب العقد المذكور ومن حيث أطرافه ومنطقته الجغرافية.

وأخيراً، تناولت الدراسة بحث العقد المذكور من حيث الآثار المترتبة عليه حيث تبين لها أن هناك مجموعة من الحقوق والإلتزامات المترتبة على العقد المذكور ثم بينت أسباب إنقضاءه والآثار المترتبـــة على الإنقضاء وذلك في الفصل الرابع.

Abstract

Trade Mark Licensing in the Jordanian Law
- A Comparative Study-
Mansour.A.J. AL-Saraireh
By
Abdullah AL-khashroom

This study investigated trade mark Iicensing in four chapters preceded by an introduction which discussed the general frame work of the subject including its origin, development Legal aspects, definition, importance, functions and forms. It also studied the types of trade marks and the formal as well as the objective conditions of trade mark registrations.

The following chapters discussed the concept of licensing as one of the legal actions on the trade mark.

Chapter one treated the subject of trade mark licensing legalisation, which is related tightly to the Comparative legislation, towards the use of trade mark alone without relation to Commercial enterprise, legislations that banned trade mark use, it also banned its licensing.

Chapter two dealt with trade mark licensing as a contract. It defined the contract, its importance, its features and specific Characteristics that distinct it from other forms of Commercial Contracts, its parties and the way of its conclusion inparticular.

Chapter three distincted the licensing contract from other legal actions, It also discussed the focus of licensing contract which Showed that it is a registered trade mark characterised by specific features, It also discussed its protection and types of contracts in concern of authorized rights according to the mentioned Contract.

Chapter four dealt with the effects of licensing contract rights, Liabilities, reasons of termination and effects of termination.

الفصل الأول

مدى جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية

المقدمة

يقسم القانون المدني الأردني (1)(الجريدة الرسمية ،2645) الحقوق المالية إلى ثلاثـــة أقســـام (2) (القانون المدني الارني ،1976) ومنها الحقوق المعنوية وقد عرفتها المــــــادة (71) بأنهــا :(الــتى يرد على شيء غير مادي). وأحالت في تنظيم الحقوق المعنوية الى أحكام القوانين الخاصة التى تصدر بشأنها وتشمل هذه الحقوق حقــوق المؤلف والمخترع والفنان والعلامات التجارية وغيرها من الحقوق المعنوية الأخرى.

وللحــق المعــنوي شــقان (3) (القليوبــي، 1967) : الأول أدبي من حيث حق الشـــخص في أن تنسب إليه أفكاره أو إختراعه والثاني مالي من حيث حق الشخص في الإستفادة المالية مما سطره من أفكار أو من إختراعه .

وحقــوق الملكية الفكرية هي جزء من الحقوق المعنوية وتنقسم حقوق الملكية الفكرية إلى [4](الناهي ،1983) :

أ-حقــوق الملكــية الأدبــية والفنية وهي ما للمؤلف من حق على إنتاجه الأدبي أو الفني.

ب-حقــوق الملكية الصناعية والتجارية : وتنقسم بدورها إلى حقوق ملكية صناعية وتشــمل براءات الإختراع والرسوم والنماذج الصناعية، وحقوق ملكية تجارية وتشــمل العلامــات الــتجارية والإسم التجاري والعنوان التجاري والمؤشرات الجغرافــية والتصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة والمنافسة غير المشروعة.

ومــا يهــم هذه الدراسة هو حقوق الملكية التجارية، وعلى الأخص موضوع العلامــات التجارية تاركين أقسام الحق المالي الأخرى لأنها تدخل في نطاق القانون المدنــي. إذ تــرى الدراســة أن حقوق الملكية الصناعية والتجارية لا تندرج تحت التقسيمات التقليدية للحقوق المالية من عينية وشخصية ومعنوية وإنما هي تعتبر نوعاً جديداً مستقلاً يتلاءم مع طبيعة هذه الحقوق إذ يطلق عليها إصطلاحاً (حقوق الملكية

الصـــناعية والـــتجارية) نظراً لأن محلها هو عنصر الإبتكار الفكري ويطلق عليها مجتمعة إصطلاح (حقوق الملكية الفكـــرية).

ولا يخفى على أحد أهمية الملكية الفكرية بما تشتمل عليه من حقوق الملكية الأدبية والفنـــية وحقـــوق الملكـــية الصناعية والتجارية، فسواء كانت عملاً أدبياً، أم فنياً أم إخـــتراعاً أم علامـــــة تجارية فتعتبر ثمرة العقل البشري والجهد الفكري والتطور المتزايد في حقل التكنولوجيا.

إن فكـــرة العلامـــة الـــتجارية وتمييز المنتجات والبضائع باستعمال الرموز والأســـماء تـــرجع إلـــى أقدم العصور، ويبدو أن استعمال الرمز قد بدأ قبل القراءة والكـــتابة ويذكـــر أن أول نوع من العلامات كان قد أستعمل في وشم الماشية. (5) (الشـــرعة،2000) ويقال إن العلامة أستعملت زمن الرومان في مجال صناعة الفخار وذلك لحماية هذه المنتجات من السرقة. (6)(عبدالرحيم، 1987)

ويقصد بالعلامة التجارية كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقـــدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التى يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون.(7) (زين الدين، 2000)

وعـــرف المشـــرع الأردني أول تنظيم للعلامات التجارية حينما صدر قانون العلامـــات الفارقة العثماني الصادر بتاريخ 29/ شعبان لسنة 1305 هـــ حيث كانت الأردن جـــزءا مـــن الدولـــة العثمانية (8) (الاسمر،1986)، وبعد ذلك صدر قانون العلامات التجارية لسنة 1930 (9) (الجريدة الرسمية، 354) وهو القانون المأخوذ عن القانون الإنجليزي ثـــم ألغي هذا القانون بقانون العلامات التجاريـــة الأردنـــي رقم (33) لســـنة 1952 المعمول به حاليا وأجري عليه تعديلا بموجب القانون رقم (34) لسنة 1999. وعليه فالتشريعات التي تنظم العلامات التجارية في الأردن هي :

1-قـــانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 (10)(الجريدة الرسمية،1110) والمعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 (11)(الجريدة الرسمية، 4389)

2- نظـــام العلامـــات التجارية الأردني رقم (1) لسنة 1952 (12)(الجريدة الرسمية، 1129) والمعدل بالنظام رقم (37) لسنة 2000.(13) (الجريدة الرسمية، 4453)

3- قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953 (14)(الجريدة الرسمية، 1131)

وتلعب العلامة التجارية دوراً فعالاً في تمييز بضائع أو خدمات المحل التجاري عـن بضائع أو خدمات غيره من المحلات التجارية الأخرى، وقد تطورت أهميتها الوظيفـية (15)(زيـن الديـن ،2003) حـتى أصـبحت تمثل إحدى وسائل المنافسة المشـروعة بيـن الـتجار، فالعلامـة التجارية تلتصق بذهن المستهلك الذي يستدل بواسـطتها علـى مصدر وجودة تلك البضائع أو الخدمات. كما ويستفيد الصانع أو الـتاجر مـن العلامـة الـتجارية في مجال التسويق والترويج لبضائعه أو خدماته بالإضافة الى أنها وسيلة لضمان ثقة الجمهور بتلك البضائع أو الخدمات.

وللعلامـة التجارية عدة أنواع (16)(حجازي،1997)، فهناك علامة المنتج التي تطلـق على العلامات الصناعية المميزة لسلع المنشأة الصناعية، والتي تطلق أيضا علـى العلامـات التجارية المميزة للسلع التي يبيعها التاجر وقد أصطلح على تسمية علامات الصانع وعلامات التاجر بالعلامات التجارية لعدم وجود أهمية تذكر للتفرقة بيـنهما، وهـناك علامة الخدمة المميزة للخدمات التي يقدمها المحل التجاري. وقد اعـترف المشـرع الاردنـي بهذا النوع من العلامات في القانون رقم (34) لسنة 1999 المعـدل لقانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 وقد أفرد له التعديل ذات الحمايـة المعطـاة لعلامة المنتج. (17)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) ويوجـد نـوع فـريد من العلامات التجارية يسمى بالعلامة الجماعية التى يستعملها شـخص معنوي لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتهـا أو طـريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصـائص لـتلك البضائع. (18)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) والغرض الأساسي منها ضمان خصيصة أو ميزة معينة في تلك البضائع أو الخدمات بضمان جـودة التعليب أو الدقة في الصنع وليس تمييز بضائع أو خدمات محل تجاري عن بضـائع أو خدمـات المحال التجارية الأخرى، وهناك ما يسمى بالعلامة الاحتياطية الـتى لا يكـون صـاحب المشروع ينوي استعمالها فور تسجيلها بل تكون نيته أن يحـتفظ في رصيده عددا معينا من العلامات التي قد تكون متقاربة لاستعمالهـا كلما أحـتاج إلى علامة لتمييز منتج جديد من منتجاته. (19)(عباس، 1971) بقي أن تشير

الدراســة إلى نوعين آخرين من العلامات وهما العلامة المانعة والعلامة المشهورة، ويقصــد بالعلامــة المانعــة تلــك التي يسجلها التاجر بإسمه بهدف منع الغير من استعمالها وتكون مشابهة لعلامة تجارية يستعملها. أما بالنسبة للعلامة المشهورة فهي العلامــة التــي لهــا شــهرة واسعة ناتجة عن دعمها وتشجيعها تجــاوزت بلــدها الأصلــي.(20) (غاوي، 2001) ولقد عالج المشرع الأردني لأول مرة هذا النوع من العلامــات في قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999.(21) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999).

وتناول هذا القانون الأشكال التي يمكــن أن تتخــذها العلامة التجاريــة (22) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999) إلا أنه لم يحدد هذه الأشكال إذ جاء في عجز الفقــرة الأولـــى مــن المادة (7) من هذا القانون عبارة (.... أو غير ذلك أو أي مجموعة منها) وهذا يعنى إن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة بإمكانه أن يتخذ أية علامــة أخــرى غــير واردة في القانون. ومن أهم الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامــة الــتجارية (23)(قــانون العلامات التجارية الاردني، 1999)الأسماء والكلمات والحروف والأرقام والرسومات والصور وشكل السلعة ولونها والغلافات والدمغات والأخــتام والنقوش البارزة والبطاقات والأشرطة. أما فيما يتعلق بالعلامات الصوتية والعلامات المتعلقة بحاسة الشم فلم يسمح قانون العلامات التجارية الأردني بتسجيلها وذلــك؛ لأن المشرع أشترط لجواز تسجيل العلامة التجارية أن تكون قابلة للإدراك بالنظر. (24)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) ولأن شرط الصفة الفارقة في العلامة الــتجارية غير متوافر في هذا النوع من العلامات كما ان تمييز هذا النوع من العلامات يحتاج درجة كبيرة من الدقة والخبرة لذلك قد يقع جمهور المستهلكين في اللبس والتضليل والخداع.

ولكي تقوم العلامة التجارية بوظائفها لا يكفي أن تأخذ شكلا من الأشكال السابقة، بــل يجــب أن تتوافر فيها شروطا موضوعية وشكليــة، فمن الضروري أن تكون العلامــة الــتجارية فارقــة (مميزة).(25) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999) ويجــب أن تكــون العلامــة التجارية جديدة ومشروعة أي غير مخالفة للنظام العام والآداب.(26) (قــانون العلامــات التجارية الاردني، 1999) ومن الضروري أيضــا أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالنظر حيث أدخل المشرع الأردني تعديلا على

الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية القابلة للتسجيل. (27)(قانون العلامـــات الــتجارية الاردني،1999) وتكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر إذا اتخذت شكلا من الأشكال الجائز أن تتخذها العلامة التجارية ولقد نصت إتفاقية تريبس على هـــذا الشرط.(28) (محمدين، 2000) وإلى جانب الشروط الموضوعية، هناك شروطا شكلية لازمة لكي يصبح للعلامة التجارية وجود قانوني و تتمثل في ضرورة تسجيل العلامـــة الـــتجارية وفقـــا للإجراءات التي نص عليها القانون. (29)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

ومـمـــا لا شـــك فيه ان العلامة التجارية مال متقوم، أي له قيمة إقتصادية في التعامل بهذه الصفة تدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لصاحبها، ومن ثم يمكن أن تكـــون محـــلاً لكثـــير مـــن التصرفات القانونية من جانبه، فيستطيع إذا لم يشأ إستغلالها بنفسه أن يتنازل عنها للغير بعوض أو بدون عوض، أو أن يقدمها كحصة عينـــية في شركة، أو يرهنها ويقترض بضمانها، أو يرخص للغير باستعمالها مقابل مبلغ محدد يدفع مرة واحدة أو على دفعات. ويعد هذا التصرف القانوني الأخير من أهم صور التعامل التى تجري على العلامات التجارية سواء بالنسبة لصاحب العلامة أو الغـــير ويتم الاستعمال المذكور لهذه العلامات من خلال عقد (Contract) يصار إلـــيه بين مالك العلامة وبين الراغب باستعمالها و يسمى هذا العقد بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

أمـــــا بالنســـبـــة إلى أهميـــة دراســـة موضوع الرسالـــة، لقد كان إختيار الدراســـــة لموضــــوع الترخـــيص باســـتعمال العلامـــــة الـــــتجاريـــــة (TRADE MARK LICENSING) لكـــتابة رسالة الماجستير في القانون التجاري هـــو محاولة منها لإلقاء الضوء على النصوص القانونية الواردة في قانون العلامات الـــتجارية الأردنـــي ومقارنـــة هـــذه النصـــوص بما يقابلها في القوانين المقارنـــة بخصـــوص هـــذا الموضـــوع للوقـــوف على مدى مسايرة القانون الأردني للاحكام القانونـــية لهـــذه القوانيـــن، لذا ستكون دراسة هذا الموضوع دراسة مقارنة ذلك أن الدراســــــات المقارنـــة تثري الفكر القانوني وتجعل تصور الأمور أكثر شمولية. وجـــاءت رغبتـــي لدراســـة هذا الموضوع لأسباب جمة، فنظرا لأهميته من الناحية

العملـــية، فالعلامة التجارية يرد عليها العديد من التصرفات القانونية كالبيع والرهن والحجــز علـــيها وتحويلها ونقل ملكيتها والتنازل عنها. وقانون العلامات التجارية الأردنـــي رقـــم (33) لسنة 1952 تناول بعض هذه التصرفات وهي تحويل العلامة ونقـــل ملكيـــتها والتـــنازل عنها(30) (قانون العلامات التجارية الأردني، 1952)، إلا أن المشـــرع الأردنـــي أجـــرى تعديـــلاً علـــى ذلـــك، فأجاز بموجب قانون العلامات التجاريـــــة المعدل رقم (34) لسنة 1999 الترخيص باستعمال العلامة التجاريـــــة ورهـــنهـــا والحجـــز علـــيها.(31) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999) وهذا الـــتعديل أوجب على المشرع الأردني أن يجري تعديلاً آخرا مؤداه جواز التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري(32) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) بعد أن كان يحظر التصرف في العلامة بشكل مستقل عن المحل التجـــاري (33) (قـــانون العلامات التجارية الأردني، 1952) وجاءت هذه التعديلات إستجابة للواقع العملـــي الـــذي شـــهد إبرام عقود تراخيص باستعمال العلامة التجارية نظراً لتطور المجـــتمع فـــي المجال الصناعي والتجاري كما جاءت إنسجاماً مع إتفاقية الجوانب المتصـــلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية التى تسمى إتفاقيـــــــة تـــــــريبس (TRIPS) وهـــي إحـــدى الإتفاقيات المنبثقة عن منظمة التجارة العالمية عام 1994 والتـــي أعلـــن عـــن إنضـــمام الأردن إلـــيها بشـــكل رســـمـــي في جنيف بتاريخ 1999/12/17.(34) (الجريدة الرسمية،4415) كما أن ذلك جاء تلبية لحاجات التجارة، وبخاصة مع نظام العولمة الجديد وظهور منظمة التجارة العالمية، حيث أصبح العالم الـــيوم قـــرية صغيرة، وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو أحد الأساليب التي تسعى إلى توسيع دائرة المحل التجاري من خلال إستخدام العلامة التجارية التي تمـــيز بضائعه أو منتجاته أو خدماته من قبل الغير على بضائعه ومنتجاته وخدماته العـــائدة له. وإنســـجاماً مـــع ذلك قام المشرع الأردني بتعديل الكثير من التشريعات الخاصة بحقوق الملكية الفكرية وخاصة في الجوانب المتعلقة بإتفاقية تريبس.

ومـــن هذه التشريعات قانون العلامات التجاريـــة الأردنـــي رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقـــم (34) لسنة 1999. وبموجبه أجاز الترخيص باستعمال العلامـــــة التجارية (35) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) وذلك إنسجاما مع

نص المادة (21) من إتفاقية تريبس التي أجازت عقود التراخيص الاتفاقية للعلامات التجارية.(36) (الصغير، 1999) ومن ناحية أخرى لا يخفى على أحد أهمية دراسة هـذا الموضـوع ولعـل أكـثر الأسباب إلحاحاً لدراسته هو حاجة المكتبة القانونية الأردنية خصوصاً والعربية عموماً إلى المؤلفات والمراجع القانونية في مجال عقود التراخيص باستعمال العلامات التجاريـة بالإضافة إلى أن القضاء الأردني والعربي لـم يتـناولا هـذا الموضوع، لذا أدركت هذه الدراسة ضرورة دراسة وعرض هذا الموضوع لسد الفراغ الكبير في المكتبة القانونية الأردنية.

ونظـراً لحداثة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية إذا تم مقارنته مع العقـود التقلـيدية الشائعة مثل البيع والإيجار والوكالة والكفالة وغيرها.(37) (حداد، 1998) حيـث تعد دراسة عقد الترخيص من الاهمية بمكان في الوقت الحاضر نظراً لانه من العقـود المسـتحدثة فـي القانون الاردني و خاصةً بعد أن إستقرت فكرة إنفصال ملكية العلامـة الـتجارية بإعتـبارها منقولاً معنوياً عن استعمالها وبذلك يجوز أن يكون مستعمل العلامة التجارية غير مالكها، لذلك فعقد الترخيص من العقود غير المسماة.

وعُـرف عقـد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أول ظهور له في الولايـات المـتحدة الأمريكية وأنتشر منها إلى مختلف أقطار العالم حيث شاع هذا العقد بإسم عقد الترخيص التجاري (38)(الصغير، 1993).

ولقد جعلت الدراسة الهدف من دراسة هذا الموضوع هو توضيح أحكام عقد الترخـيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني وعلاج مشكلاته العملية ومـنها مدى مشروعيته وما موقف هذا العقد من الحظر المتعلق بمنع التصرف في العلامـة الـتجارية إستقلالاً عن المحل التجاري في بعض القوانين ومدى المسئولية الملقـاة على عاتق المرخص في مواجهـة الغير بسبب أعمال المرخص له وهو ما يطلق عليه برقابة الجودة. وما هي نطاق حقوق المرخص له والآثار المترتبة على إنـتهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وغيرها من المشكلات. ويبدو أن هـذه المشـكلات العملـية التي يثيرها عقد الترخيص ناجمة عن عدم وجود تنظيم تشـريعي مـتكامل يتـناول هـذا العقد من جميع جوانبه. لذلك إقتضى هذا الأمر الإسـتعانة بالقانون الأمريكي والبريطاني وبعض القوانين العربية كالقانون المصري

والتي تناولت هذا العقد ليواجه حاجات التجارة المتجددة للاستعانة بالحلول التي أخذ بها ولمعرفة كيفية علاجهما لبعض المشكلات التي يثيرها هذا العقد.

مدى جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

تعتــبر العلامــة التجارية من الأموال المنقولة المعنوية وتعد عنصراً أساسياً في المحــل الــتجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته. وإذا ما وجدت العلامة الــتجارية وجــوداً واقعياً وقانونياً وثبت الحق عليها لمستعملها، يترتب على ملكيتها آثــاراً مهمــة. فمــالك العلامة التجارية يتمتع بحق مانع على العلامة يسمى بملكية العلامــــة التجاريــة. والحق في العلامة حقُ فكري لا يندرج تحت طائفة الحقوق التقلــيديــة المعروفــة، وإن كان يقترب من طائفة الحقوق الذهنيــة (المعنويــة) بالقدر الذي يبتعد فيه عن طائفة الحقوق الشخصية والعينية.(39) (كيرة، 1973)

ويمــتاز هذا الحق بأنه حق نسبي فلا يجوز لصاحب العلامة التجارية الاحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين له يمارسون تجارة أو صناعة من نفس النوع، وهو حق مؤقــت لإن مــدة الحق في ملكية العلامــة التجارية هي محددة بنص القانون، ففي القانون الأردنــي مدة الحق في ملكية العلامــة التجارية عشر سنوات قابلة للتجديد (40) (قــانون العلامات التجارية الاردني، 1999)، وإذا لم يقم صاحب العلامة بتجديدها يؤدي ذلك إلى زوال حقه فيها.

والعلامة التجارية بهذا المعنى هي مال له قيمة إقتصادية وهي تدخل بهذه الصفة فــي الجانــب الإيجابي للذمة المالية لمالكها ومن ثم يمكن أن تكون محلاً لكثير من التصــرفات القانونــية من جانبه بيعاً وشراءً وهبةً ورهنا وإيجاراً وترخيصاً. (41) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999).

وبمــا أن مــالك العلامة التجارية يتمتع بحق مانع عليها فإن من حقه حمايتها من الإعــتداء علــيها مــن الآخرين أياً كانت صورة ذلك الإعتداء تقليداً أو تزويراً أو اســتعمالاً بدون وجه حق أو بدون رخصة من صاحبه. (42) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999).

ويعتــبر الترخيص باستعمال العلامة التجارية صورة جديدة من صور التصرفات القانونــية على العلامة التجارية وقد إستحدث المشرع الأردني هذه الصورة بموجب

الـــتعديل الذي أجراه على قانون العلامات التجارية الأردني بالقانون رقم(34) لسنة 1999.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن المواضيع التالية :

أولا: موقف الفقه من جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية

إن العلامـــة التجارية هي من الأموال المعنوية، وتعد عنصراً أساسيا في المحل التجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته.(43) (حمادة، 2001)

ومـــع أن هناك إرتباط وثيق بين العلامـــة التجاريـــة والمحل التجاري الذي تمـــيز منتجاته أو بضائعه أو خدماته بإعتبار أنها تشير إلى مصدر هذه المنتجات أو البضائع أو الخدمات (نظرية المصدر The Source Theory)، إلا أن الإتجاه الحديث يـــرى أن وظيفة العلامة التجارية تتمثل في إظهارها جودة المنتجات أو البضائع أو الخدمـــات التـــي تمـــثلها على إعتبار أن المستهلك لا يهمه مصدرها بقدر ما يهمه جودتهـــا وهـــذا الإتجاه يذهب إلى جواز التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري (نظرية الضمان The Guarantee Theory).

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين:

أ- الإتجاه القائل بعدم جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية (نظرية المصدر The Source Theory).

عرفـــت العلامـــة التجارية منذ زمن بعيد ولعبت دوراً واضحاً في الدلالة على مصـــدر المنـــتجات أو السلع أو الخدمات التي يقوم المنتج بإنتاجها أو الصانع بصناعتها أو مقدم الخدمة، حيث عرفت في مصر القديمة وبلاد الاغريق (44) (الصغير،1993) وايضاً لدى الرومانيين فقد تم معرفة العديد من العلامات الدالة سواء لإسم المصنّع أو لإسم مكان التصنيع أو حتى العلامة الدالة ذاتها خاصة فـــي مجال صناعة الأوعية الفخارية وكانت تدل حينئذ على مصدر المنتجات وفـــي العصـــور الوسطى وفي ظل نظام الطوائف إستمرت العلامة التجارية تؤدي هذه الوظيفة. (45) (النحاس، 1996) ويرى البعض (46)(عباس، 1971) أن وظـــيفة العلامـــة الـــتجارية كرمز يدل على مصدر المنتجات هي الوظيفة التاريخـــية للعلامة التجارية؛ إذ أن الصانع إعتاد أن يبرز شخصيته للمشتري

بوضـــع علامـــته علـــى المنتجات كوضع الحروف الأولى لإسم الصانع على الأحذية مثلاً ثم تطورت هذه الوظيفة فلم تعد ترمز إلى شخصية الصانع وإنما أصبحت رمزاً تدل على المصنع مصدر المنتجات؛ بحيث إن العلامة التجارية لـــم تعـــد تشير إلى المهارة الشخصية للصانع ولكن أصبحت رمزاً للمشروع كمصدر للمنتجات.

ويعـــبر عـــن الوظـــيفة التقلـــيدية للعلامة التجارية في الدلالة على مصدر المنـــتجات أو البضـــائع أو الخدمـــات بنظرية المصدر، وبالتالي يحظر وضع علامـــات تجاريـــة على المنتجات أو السلع أو الخدمات بطريقة تجعلها تضلل المســـــتهلك حـــــول منشـــــئهـــا أو مصـــــدرها أو طبيعـــــته. (47) (Daiviad. W, Plant,1999)، ويترتب على هذه النظرية عدم جواز التصرف فـــي العلامـــة الـــتجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، إذ يرى أصحاب هذه الـــنظرية والمؤيديـــن لها أن ملكية العلامة التجارية لا تنتقل إلى الغير إلا تبعاً لإنتقال ملكية المحل التجاري كما أنها تنقضي بإنقضائه.

وبهـــذا تلاحـــظ الدراسة أن هذا الاتجاه جعل العلامة التجارية تدور وجوداً وعدمـــاً مـــع المحل التجاري والتصرف به بيعاً أو تنازلاً أو هبة أو وصية أو بـــأي تصـــرف قانوني آخر ناقل للملكية يشمل العلامة التجارية التي تستخدم للدلالة على المحل التجاري.

ويـــرون أن الحكمـــة من وراء حظر التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري هو أن مثل هذا التصرف يحول دون أداء العلامة التجارية لوظيفتها في الدلالة على مصدر المنتجات. وتتبنى بعض التشريعات المقارنة التـــي لا تجيز التصرف في العلامة التجاريـــة إستقلالاً عن المحـــل التجاري هذه النظـــرية. (48) (الصغير، 1993) كما سترى الدراسة ذلك لاحقاً.

ولقـــد إرتد أثر الأخذ بهذه النظريـــة على فكرة الترخيص باستعمال العلامة الـــتجارية، إذ أن هـــذه النظرية لا تجيز استعمال العلامة التجارية إلا من قبل صـــاحبها، وهذا يعني أنه لا يجوز لمالك العلامة أن يرخص للغير باستعمالها؛ لأن مـــن شـــأن ذلـــك أن يؤدي إلى تضليل وخداع جمهور المستهلكين حول

المصـــدر الحقيقي للمنتجات أو السلع أو الخدمات ، لأن العلامة التجارية وفقاً لـــنظرية المصدر تحدد المصدر الشخصي للمنتجات أو السلع أو الخدمات كما أنها تحدد المصدر الإقليمي لها، أي جهة الإنتاج. (49)(زين الدين، 1992).

ونظرية المصدر هي النظرية التي كانت سائدة فـــــــــي كنـــــدا(50) (Sheldon, 1988)، إلا أنـــه وبعد تعديل قانون العلامات التجارية الكندي لسنة 1993 أجـــاز هذا القانون ترخيص العلامة التجارية في كندا وما يدل على أن هذا القانون لم يتبنى نظرية المصدر تعريفه للعلامة التجارية بأنها أي كلمة أو تصـــميم أو أي خليط بينهما تستخدم لتمييز المنتجات أو الخدمات لمالك العلامة عـــن منتجات أو خدمـــــات غيره.(51) (Mervyn white F, p.1) ولقد تبنى القضاء الأمريكي والإنجليزي هذه النظرية في بداية الأمر إلا أنهما عدلا عنها فيما بعد. (52)(سوف تشير الدراسة لاحقا وعند الحديث عن موقف التشريعات المقارنة الى موقف القضاء من فكرة الترخيص باستعمال العلامة التجارية ودروه في ترسيخ هذه الفكرة وتورد عدداً من القضايا الشهيرة في هذا المجال)

ولقـــد ســـار الفقـــــه الألمانـــي في هذا الإتجاه مستنداً إلى سبب أخر وهو النظر إلى طبيعـــة الحق في العلامـــة التجاريـــة إذ يعتبر بعض الفقه الألماني أن الحـــق فـــي العلامة التجارية هو من قبيل الحقوق اللصيقـــة بالشخصيـــة كالحق في الحرية والحق في الإسم وهذه الحقوق تخرج بطبيعتهـــــا من دائرة الـــتعامل فلا يجوز التصرف فيهـــــا أو التنازل عنها. (53)(الصغير، 1993) إلا أن هـــذا الـــرأي جانب الصواب لأنه لا يرتكز على أساس سليم في تكييفه للحـــق فـــي العلامة التجارية فالحق في العلامة التجارية حق فكري، لا يندرج تحـــت طائفة الحقوق الشخصية هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن العلامة الـــتجارية لم تعد وظيفتها تدل على شخصية الصانع أو المنتج أو مقدم الخدمة بقـــدر مـــا تـــدل علـــى جـــودة هذه المنتجات أو السلع أو الخدمات المقدمة؛ فالـــتطورات الاقتصادية في المجال التجاري والصناعي جعلت وظيفة العلامة الـــتجارية في وقتنا الحاضر أداة ضمان وثقة لجمهور المستهلكين بغض النظر

عـــن مصــــدر السلع أو المنتجات أو الخدمات؛ فأصبح للعلامة التجارية قيمة إقتصادية مضافة إلى المحل التجاري.

ولقــد تعــرض الإتجاه القائل بنظرية المصدر إلى نقد مفاده أن التشريعات التـــي تبنـــت هذه النظرية لم تفلح في منع الغش والتحايل الذي يقع عن طريق اللجـــوء إلـــى مـــا يطلـــق علـــيه بالبيع أو التنـــازل أو التصـــــرف علــــى بيـــــاض.(54) (الكندري، 2000) وذلك بأن يقوم المتصرف بالعلامة التجارية بشطب تسجيل علامته بحيث تسقط في الملك العام بالإتفاق مع المتصرف إليه الذي يقوم بتسجيل العلامة بإسمه من جديد.

إلا أن المؤيديـــن لهذا الاتجاه يردون على هذا النقد بقولهم، أنه يمكن التغلب علـــى مـــثل هذه الممارسات من خلال النص على عدم جواز تسجيل العلامة المشطوبـــة لصالح الغير عن المنتجات نفسهـــا إلا بعد مرور فترة من الزمن من تاريخ الشطب. (55)(قانون العلامات والبيانات التجارية المصرية، 1959)

وبالرجوع إلى قانون العلامات التجارية الأردني ، تلاحظ الدراسة أن المشرع الأردنـــي يمـــنع مثل هذا التحايل إذ تقضي المادة (21/ 2) على أنه : (إذا لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها فتعتبر حكماً مشطوبة من السجل بإنقضاء ســـنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلهـــا ويحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة التجارية بإسمه بعد انقضاء سنة أخرى).

ب- الإتجـــاه القـــائل بجواز الترخيص باستعمال العلامـــــــــــة التجاريـــــــــة (نظرية الضمان The Guarantee Theory)

لـــم تعـــد وظـــيفة العلامة التجارية مقتصرة على مجرد أداة للدلالة على مصــــدر المنـــتجات أو الســـلع أو الخدمات وانما تطورت هذه الوظيفة بسبب حاجـــات الـــتجارة وبخاصـــة مع نظام العولمة الجديد وظهور منظمة التجارة العالمـــيـــة (W.T.O). فأصـــبحت العلامـــة الـــتجارية أداة ضمان جودة المنـــتجات أو السلع أو الخدمات، وذلك لضمان حقوق جمهور المستهلكين من ضـــروب الغـــش والإحتـــيال حول صفات وخصائص المنتجات أو السلع أو الخدمـــات التـــي يتلقونها من يد المنتجين أو التجار أو مقدمي الخدمة. ويعبر

الـــبعض (56)(زين الدين، 1992) عن هذه الوظيفـــة بقولـــه : (تعبر العلامة الـــتجارية عن صفات المنتجات أو البضائع التي تميزها، سواء من حيث النوع أو المرتـــبة أو الضمان أو طريقة التحضير، ويقصد بالنوع مجموع خصائص المنتجات أو البضائع التي تمتاز بها عن مثيلاتها الأخرى المماثلة أو المشابهة، أما المرتبة يقصد بها درجة الجودة والإتقان للمنتجات أو البضاعة، والمقصود بالضمان هو تعهد الصانع أو التاجر بصلاحية المنتجات أو البضاعة لما أعدت مـــن أجلـــه وأما طريقة التحضير فيقصد بها كيفية إنتاج المنتجات البضاعة أو بـــيان العناصر الداخلة في تركيبها وهذا كله يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجـــات والبضـــائع). وقـــد نـــتج عن هذا التطور في وظيفة العلامة التجارية ظهور نظرية الضمان.

فالمستهلك لا يهمه مصدر المنتجات أو البضائع أو الخدمات بقدر ما يهمه جودتها وقد عرفت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية وكان لها فضل كبير في تأييد فكرة الترخيص باستعمال العلامة التجارية.(57) (الصغير،1993) ويترتـــب علـــى الأخـــذ بنظرية الضمان جواز التصرف في العلامة التجارية إســـتقلالاً عن المحل التجاري متى توافرت في المنتجات أو السلع أو الخدمات التـــي ينـــتجها المنتج أو يبيعها التاجر أو يقدمها المرخص له أو يقوم بتوزيعها ويضع عليها العلامة صفات المنتجات أو السلع أو الخدمات وخصائصها ذاتها التـــي تســـتخدم فـــي تميـــيزها أي منتجات أو سلع أو خدمات المرخص نفسه ويترتـــب علـــى هـــذا جـــواز الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية وتتبنى التشـــريعات المقارنـــة التي أجازت التصرف بالعلامـــة التجارية مستقلة عن المحل التجاري هذه النظرية.

ولقد تبنى القضاء الأمريكي والإنجليزي هذه النظرية كما سيتضح للدراسة ذلـــك لاحقـــاً بعدمـــا كانا يتبنيا نظرية المصدر كما أوضحت الدراسة ذلك في حينه.

وأيـــد الفقـــه الفرنســـي هذه النظرية،(58) (الصغير، 1993) ففي فرنسا فإن وظيفة العلامة التجارية لا تضمن توافر خصائص وصفات معينة في المنتجات

ولا تـــتحقق حمايـــة جمهـــور المستهلكين من الغش والتضليل الذي يرد على صفات وخصائص المنتجات بموجب قانون العلامات التجارية وإنما تتحقق هذه الحماية بموجب القانون الصادر في أول أغسطس سنة 1905 وقوانين مكافحة الغـــش وقوانين حماية المستهلك. وفي كندا فإن العلامات التجارية تعتبر من الوســـائل الرئيســـة التي يحدد بها الزبائن والمستهلكون ويميزون المنتجات أو الخدمـــات عـــن بعضـــها البعض فصاحب العلامة التجاريـــة الذي أنفق وقته وجهده وماله في إنشاء علامة تجارية ناجحة يهدف الى أن تضمن هذه العلامة جودة المنتجات أو الخدمـــات التـــي تمثلها. (59)(Mervyn, p.3)

وترى الدراسة أن هذا الإتجاه – وبحق – اقرب للواقع العملي، لأن وجود العلامـــة الـــتجارية على المنتجات أو السلع أو الخدمات أصبح يوحي لجمهور المســـتهلكين بالـــثقة وضـــمان الجودة أو ضمان صفات معينة تميزت بها عن مثيلاتها، كما أن الواقع العملي شهد تطورات في الحياة التجارية وإنعكس أثرها علـــى وظيفة العلامة التجارية من حيث تمييز المنتجات أو السلع أو الخدمات التـــي تمثلها العلامة التجاريـــة بصفات وخصائص معينـــة لكي يتمكن التاجر مـــن تصـــريفها فـــي الأســـواق، بسرعـــة ممـــا ينعكس إيجابـــاً على زيادة سرعـــة الإنتاج تحت ستار الثقـــة وضمان الجودة وفي هذا الصدد نشر مقال فـــي جـــريدة الـــرأي الاردنيـــــة بعنـــــوان (المستهلكون يطالبون بحماية العلامـــة التجارية للتمييز بين السلع وجودتها)، حيث أن العلامة التجارية في نظـــر المســـتهلكين تشكل حلقة اتصال حقيقية بينهم وبين التاجر لذلك يطالبون دومـــاً بضـــرورة حمايـــة العلامـــة التجارية لضمان جودة السلع والمنتجات والخدمـــات المختلفة خاصة ان عملية اختيار العلامـــة التجاريـــة تمثل مرحلة هامة من مراحل رسم استراتيجيـــــة الشراء من قبـــــل المستهلكيـــــن.(60) (ساجع، 2002)

ولقد إنعكس أثر إختلاف الفقه – على التفصيل الذي قدمته الدراسة – على فكرة الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريعات المقارنة، وهذا ما تم بحثه فيما سيأتي.

ثانــيا: موقــف التشــريعات المقارنـــة من التصرف بالعلامة التجارية والترخيص باستعمالها

يرجع الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أصل وجوده إلى البيئة التجارية ، وهو عقد إبتدعته حاجات التجارة. وتعود جذوره إلى الخمسينات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكيـــة ، وفي السنوات العشر الأخيرة أخذ الترخيص يبرز في الدول النامية. (61)(Wipo,1998) .

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- مدى جواز التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري

لـــم يحـــاول المشرع الأردنـــي أن يعرف المتجـــر أو مـــا يسمى بالمحل الـــتجاري.(62) (العطير، 1993) وفيما يتعلق بالنصوص القانونيـــة الواردة في قـــانون الـــتجارة الأردني الخاصـــة بالمتجر حسب تسميـــة المشرع الأردنـــي فتتمثل في المادتيـــن (38 ، 39) من هذا القانون، حيث أن هاتين المادتين لم تـــتطرقا إلـــى وضع تعريف للمتجر أو بيان طبيعته القانونية وإنما تحدثت عن العناصـــر المكونة له وعن كيفية ممارسة صاحب المتجر لحقوقه المتعلقة بتلك العناصر.

حيث نصت المادة (38) على :

(1- يتكون المتجر قانوناً من محل التاجر ومن الحقوق المتصلة به. 2- يشتمل المتجر على مجموعة عناصر مادية وغير مادية تختلف بحسب الأحوال وهي خصوصاً الزبائن والإسم والشعار وحق الإيجار والعلامات الفارقة والبراءات والإجازات والنماذج والعدد الصناعية والأثاث التجاري والبضائع).

أما المادة (39) فنصت على :

(إن حقـــوق مستثمر المتجر فيما يختص بالعناصر المختلفة المبينة في المادة السابقة تعين بمقتضى القوانين الخاصة المتعلقة بها أو بمقتضى المبادئ العامة في الحقوق).

وقـــد عـــرّف الـــبعض (63)(شفيق،1998) المحل التجاري بأنه : (كتلة من الأموال يتضمن عناصر معنوية هي روح المحل، وعناصر أخرى مادية هي بمثابة الجسد من الروح أي الهيكل المادي الذي يتكون منـــه المحل).

وعرّفه البعض الأخر (64) (الشرقاوي،1982) أنه:(وحدة تشتمل على مجموعة من العناصر المتصلة بمشروع معين)، في حين عرّفه آخرون:(65) (يونس، 1963) (هو الأداة التي يستخدمها التاجر من أجل القيام بعمليات الإستغلال التجاري).

وترى الدراسة أن المحل التجاري هو منقول معنوي يتكون من عناصر مادية وعناصر معنوية مخصصة لممارسة التجارة وترد عليها الكثير من التصرفات الجائزة قانوناً كالبيع والرهن والإيجار من أجل الإستغلال.

وبما أن العلامة التجارية أحد العناصر المعنوية التى يشتمل عليها المحل التجاري، وهى في ذاتها مال متقوم ومنقول معنوي قابل للتصرفات القانونية ومنها الترخيص باستعمالها من الغير فيطرح التساؤل التالي : هل يجوز التصرف في العلامة التجارية مجردة أم أنه يتعين أن ترافق نقل ملكية المحل التجاري الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته ؟

قدمت الدراسة أن العلامة التجارية مال له قيمة اقتصادية، وهي بهذه الصفة تدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لمالكها ومن ثم يمكن أن تكون محلا لكثير من التصرفات القانونية من جانبه، فيستطيع إذا لم يشأ استعمالها بنفسه أن يبيعها وله أن يهبها والإيصاء بها للغير وتقديمها كحصة عينية في شركة باعتبارها مالا منقولا معنويا (66)(الجريدة الرسمية،4204) وله أن يرخص باستعمالها للغير مقابل مبلغ محدد يدفع مرة واحدة أو على دفعات ويعد هذا التصرف القانوني الأخير من أهم صور التصرفات القانونية على العلامات التجارية سواء بالنسبة لمالك العلامة التجارية أو الغير.

وقد اختلفت التشريعات المقارنة فيما يتعلق بجواز التصرف في العلامة التجارية إستقلالا عن المحل التجاري.

فبعض التشريعات(67) (قانون الماركات اللبناني، 1924) أجازت أن يرد التصرف على العلامة التجارية وحدها مستقلة عن المحل التجاري والمؤيدون لهذا الإتجاه يستندون في تبريره إلى مبررات عملية، ذلك أن خطر غش جمهور المستهلكين لا وجود له عادة لأن مشتري العلامة ليس له مصلحة في خفض مستوى إنتاج السلعة

أو الخدمـــة؛ لأن ذلك يؤدي إلى عدم إقبال جمهور المستهلكين على شرائها، كما أن مـــن السهل التحايل على القانون الذي يمنع بيع العلامة التجارية مستقلة عن المحل الـــتجاري وذلك عن طريق بيعها تحت ستار عقد ترخيص بإستغلال هذه العلامة أو تحـــت ستار البيع على بياض أو التصرف على بياض حيث يقوم مالك العلامة بعد الإتفاق على بيعها أو التصرف بها بأي من التصرفات الجائزة قانوناً بشطب تسجيلها كـــي تسقط في الملك العام ثم يبادر المشتري (المتصرف إليه) إلى تسجيلها بإسمه من جديد.(68) (عيد، 1971)

ولا يجـــيز جانـــب أخـــر مـــن التشريعات لا تجيز التصرف في العلامـــة الـــتجاريـــة مستقلة عن المحل التجاري ، والمؤيدون لهذا الإتجاه يرون أن الحكمـــة فـــي مـــنـــع التصـــرف بالعلامـــة التجاريـــة إلا مع المحل التجاري ، هي حرص المشـــرع علـــى عـــدم تضليل جمهور المستهلكين الذي إعتاد أن يعرف البضائـــع والمنتجات والخدمات التي تحمل هذه العلامـــة أنهـــا من إنتاج مصنع معين أو من تقديـــم منتج معين ، فإذا أجزنا نقل ملكيـــة العلامة التجارية مستقلـــة عن المحل الـــتجاري فكأنـــنا ســـاعدنا على تضليل جمهور المستهلكين في مصدر البضائع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامـــة التجاريـــــة.

فقـــد يعـــتقد المستهلك أن البضائـــــع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة التجاريـــة مرتبطـــة بالمحل التجاري الذي اعتادوا على أنه هو مصدر تلك البضائع أو المنتجات أو الخدمات. (69) (الفكهاني ، ص 916)

يضاف إلى ذلك أن العلامة التجارية تعتبر من الأموال المنقولة المعنوية وتعد عنصراً أساسيا في المحل التجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماتـــه (70) (رضوان، 1993) وقد أخذ بهذا الاتجاه الكثير من التشريعات. (71) (قانون العلامات والبيانات التجارية المصري، 1959)

وفـــي حالـــة تصـــرف صاحب المحل التجاري ببيعه دون أن يرد ذكر العلامة الـــتجارية، إنصرف البيع الى المحل التجاري بما يشمله من علامات تجارية، إلا أنه يجـــوز للـــبائـــــع أن يتـــنازل عـــن المحـــــل الـــتجـــــاري دون العـــــــلامة الـــتجاريـــــة ويحتفظ لنفســـه بمقتضى نص صريح علـــــــى ذلك فـــــــي عقد

البيــــع. (72) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1952) ويعتبر حظر التصرف في العلامـــة الـــتجارية مســتقلة عن المحل التجاري من النظام العام لا يجوز مخالفته، ويعتــبر كــل تصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري تصرفـــاً باطلاً (73)(القليوبي، 1967)، وتعود العلة في هذا الحظر إلى حماية مصلحة جمهور المستهلكين من التضليل واللبس بين المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

أمـــا المشـــرع الأردني فقد اتخذ موقفاً غير واضح بالنسبة لموضوع تبعية العلامـــة التجارية للمحل التجاري في ظل قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 قبل تعديلـــه حيث جاء في الفقرة الأولـــى من المادة (19) من هذا القانـــون (ويـــتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع إسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته). إذ يســتفاد من هذا النص أن التصرف بالمحل التجاري سواء بيعاً أو تنازلاً وغيرها من التصرفات الناقلة للملكية كالهبة والوصية يشمل العلامات التجارية المسجلة باسم المتصـــرف التـــي يمكـــن إعتـــبارها ذات إرتباط وثيق بالمحل التجاري ما لم يتفق المتصـــرف مـــع المتصـــرف إليه بأن يحتفظ بالعلامـــة التجاريـــة وبذلك يكون قد إحتفظ لنفسه بحق إنشاء محل تجاري جديد. (74)(الناهي، 1983)

وبهـــذا تلاحـــظ الدراســـة أن المشـــرع الأردني كان يعتبر مصير المحل الـــتجاري والعلامة التجارية مصيراً واحداً في كل الأحوال بجعله العلامة التجارية تابعة للمحل التجاري تبعية وجود وحوالة وإنتقال وإنتهاء. لكن ما الحكـــم في حالة إيقاع رهن أو الحجز على العلامة التجارية في ظل المادة (19) من قانون العلامات الأردني قبل تعديلها ؟

إن المشـــرع الأردني في هذه المادة قبل تعديلها لم يتناول إلاّ تحويل العلامة ونقل ملكيتها أو التنازل عنها دون أن يشمل ذلك رهنهـــا أو الحجز عليهـــا.

ويـــرى البعض (75) (الاسمر، 1995) في هذا السياق أنه لا يوجد أمامنا إلا التوســـع في تفسير النص؛لأن المآل الاحتمالي للرهن أو الحجز على العلامة هو بيع العلامـــة الـــتجارية المرهونة أو المحجوزة، فإن منع التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري ينبغي أن ينصرف الى رهنها أو الحجز عليها أيضاً.

إلا أن المشرع الأردني عدّل نص المادة (19/ 1) بمقتضى القانـون رقـم (34) لسنة 1999 حيث أزال المشرع بهذا التعديل الغموض الذي اكتنف نص هذه المادة وأجاز التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، كما أجاز رهن العلامة التجارية والحجز عليها مستقلة عن المحل التجاري كما جعل نقل ملكية المحـل التجاري شاملاً للعلامة التجارية حتى لو لم تذكر في الإتفاق بإعتبارها من العناصـر الأساسـية ذات الإرتباط الوثيق بالمحل التجاري، ولكن يجوز للمتصرف بـالمحل التجاري الإحتفاظ بالعلامـة التجارية بنص صريح يرد في عقد البيع وإلا كان البيع شاملاً للعلامـة التجارية (المادة 19 / 2) من نفس القانون. كما لصاحب العلامـة التجارية الذي تصرف بمحله التجاري واحتفظ بحقه في علامته أن يستمر فـي إنتاج نفس المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي كان ينتجها أو يقدمها محلـه الـتجاري المتصـرف فيـه بالبيع مثلاً وأن تستخدم تلك العلامـة في تمييـز تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات (المادة 19/ 3).

وبهذا التعديل تجد الدراسة أن المشرع الأردني قد تفاعل وإستجاب لمتطلبات الـتجارة بشـكل أفضل من النص القديم من خلال السماح بجواز التصرف بالعلامة الـتجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، وبالتالي جواز الترخيص باستعمال العلامة الـتجارية فهـذا الـتعديل في نظر الدراسة فعّلّ عملية الإستغلال التجاري للعناصر المعـنوية للمحـل التجاري وبخاصة العلامات التجارية حيث أن لها قيمة إقتصادية مضافة إلى المحل التجاري.

وتـرى الدراسـة أن الإتجـاه التشـريعي الذي يجيز التصرف في العلامة الـتجارية إستقلالاً عن المحل التجاري – وبحق – أقرب للواقع العملي. فبالإضافة إلـى المـبررات التـي يستند إليها المؤيدون لهذا الإتجاه ترى الدراسة أن العلامة الـتجاريـة أصـبح لهـا فـي الوقت الحاضر أهمية إقتصادية حيث تلعب العلامة الـتجارية دورا هاما في نجاح المحل التجاري لأن القيمة الاقتصادية لها تكاد تحتل المكانة العليا بين العناصر التي يعتمد عليها في نجاحه وإستمراره، وهذا من شانه أن يشـجع على المنافسة المشروعة بين التجار والصناع ومقدمي الخدمات مما ينعكس إيجابـا علـى نوعـية وجـودة الإنتاج والخدمة من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن

التصـــرف فـــي العلامة التجارية لا يقتصر على بيعها أو التنازل عنها بل قد يكون التصـــرف بهـــا عن طريق رهنها أو الحجز عليها أو الترخيص باستعمالها شريطة ضمان جودة السلع التي تستخدم العلامة موضوع الترخيص في تمييزها عن مثيلاتها إذا مـــا علمـــنا أن الترخـــيص باستعمال العلامة كما سترى الدراسة لاحقاً لا ينشئ للمرخص له سوى حق شخصي في استعمال العلامة لا يمس حق الملكية فالمرخص يكون له نفس مركز المستأجر.

إذ أن الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية معناه أن يخول صاحب العلامة لغيره استعمالها خلال مدة معينة في مقابل أجر معلوم مع بقاءه محتفظاً بملكيتها.(76) (الصغير، 1993)

وأخـــيراً تجدر الإشارة الى أن كافة التشريعات العربية (77) (قانون العلامات الـــتجارية الاردني،1999) التي مر ذكرها قد تضمنت حكماً يقضي بأن التصرف في العلامـــة الـــتجارية لا يكون حجه على الغير إلا بعد شهره والتأشير بـــه في سجل العلامات التجاريـــــة، أما فيما بين المتعاقدين فإنه ينتج آثاره فور انعقاد العقد.

وانعكـــس اثر اختلاف التشريعات المقارنة حول مسألة التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري على مسألة الترخيص باستعمالها، فالتشريعات التي أجازت التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري تقرر جواز بـــيع العلامـــة الـــتجارية ورهـــنها والحجز عليها والتنازل عنها كلياً أو جزئياً دون الإرتباط بالمحل التجاري فمن باب أولى تقرر جواز الترخيص باستعمالها.

أمـــا التشـــريعات التي لم تجز التصرف بالعلامة التجارية مستقلة عن المحل الـــتجاري فإنهـــا لا تجيز الترخيص باستعمالها؛ لأن ذلك من شأنه استعمال العلامة الـــتجارية بمعرفة المرخص له وهذا الاستعمال لا يدل على المصدر الحقيقي لصانع الســـلعة أو المنـــتج لها أو مقدم الخدمة. وبالتالي من شأن ذلك أن يؤدي الى تضليل جمهـــور المســـتهلكين بإن جميع السلع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة الـــتجارية هي تابعة للمحل التجاري الأصلي لصاحب العلامـــة التجارية المستخدمة في تمييز هذه السلع أو المنتجات أو الخدمات عن مثيلاتها.

ب- موقف التشريعات المقارنة من الترخيص باستعمال العلامة التجارية

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

1-الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل القانون الأردني

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 قبل التعديل.

لقد تبنى قانون العلامات التجارية الأردني نظرية المصدر من حيث ضرورة ربط التصرف في العلامة التجارية بالمحل التجاري، فلم يكن التصرف بالعلامة إستقلالاً عن المحل التجاري، وبالتالي لم يكن بالإمكان الترخيص باستعمال العلامة التجارية بمعزل عن المحل التجاري بصريح نص المادة (19/ 1) :

(1- يتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته).

وبالرجوع الى تعريف العلامة التجارية نجد أن المادة (2) من نفس القانون قد عرّفت العلامة التجارية بقولها : (أية علامة أستعملت أو كان في النية استعمالها على اية بضائع أو فيما تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو أنتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع).

يتضح للدراسة أن المشرع الأردني عندما عرف العلامة التجارية أكد على الوظيفة التقليدية للعلامة التجارية بأنها أداة للدلالة على مصدر البضائع وهذا دليل واضح وصريح بأخذ المشرع الأردني بنظرية المصدر.

ب- الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999.

أجازت المادة (1/19) من قانون العلامات التجارية المعدل لسنة 1999 التصرف بالعلامة التجارية بصورة مستقلة عن المحل التجاري وذلك بصريح قولها :

(1- يجـــوز نقــل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل ملكية المحـــل التجاري الذي تستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه أو التنازل عـــنه أو رهـــنه كمـــا يجوز الحجز على العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري).

يســـتفاد من ذلك، أن المشرع الأردني قد عدل عن ربط تحويل العلامة التجارية ونقلهـــا بعد تسجيلها مع إسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وانتهاء وزوال ذلك المحل التجاري وشهرته إلى مبدأ جواز نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها أو الحجز عليهـــا دون نقل ملكية المحل الـــتجاري الـــذي تســـتعمل فـــي تمييز بضائعه، ولقد ترتب على هذا التعديل جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

ونـــص المشـــرع الأردنـــي على الأخذ بالترخيص باستعمال العلامة التجارية بموجب المادة (2/26، 3) من قانون العلامات التجارية الأردني حيث نصت على ما يلي :

(2-لمـــالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق لـــدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز أن تـــزيد مـــدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها

3- تحـــدد إجـــراءات تســـجيل عقد الترخيص وتجديده والمنطقة الجغرافية المحددة لتطبـــيقه والتـــنازل عنه وشطبه وأي أمور تتعلق به بمقتضى تعليمات يصدرها الوزيـــر ويـــتم نشـــرها في الجريدة الرسمية). (78)(لم تصدر تلك التعليمات بعد) وبالـــرجوع إلى تعريف المشرع الأردني للعلامـــة التجاريـــة تجد الدراسة ان المـــادة (2) تعـــرفها بأنهـــا: (أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شـــخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره).

تلاحظ الدراسة مما سبق أن المشرع الأردني قد تبنى نظريـــة الضمان في النظر الـــى وظـــيفـــة العلامـــة التجاريـــة وهي كونها أداة تضمن جودة المنتجات بشكل أساسي وليس أداة تدل على مصدر المنتجات .

ولقـــد جـــاء تبني المشرع الأردني للإتجاه الحديث لوظيفة العلامة التجارية وتعديله لقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 إستجابة لمتطلبات الانضمام إلـــى مـــنظمة الـــتجارة العالمية (W. T .O) خاصة أن التشريعات الخاصة بالملكية الصـــناعية تعتـــبر دعامة أساسية في تشجيع الإستثمار في الأردن من خلال تحفيز المســـتثمرين الأجانـــب علـــى الإســـتثمار وتســـهيل عمليات نقل التكنولوجيا ومنح التراخيص للمستثمرين المحليين في الأردن وخاصة مع إعتماد كثير من التجار على علامات تجارية أجنبية وفتح السوق الأردني لمشاريع إستثمارية أجنبية ذات علامات تجارية مشهورة .

2-الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل القانون الأمريكي

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة 1905.

لم يتناول قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة 1905 في بداية صدوره حكم الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجارية، وأمام سكوت المشرع الأمريكي عن تنظـــيم هـــذا الموضوع تبنى القضاء الأمريكي نظرية المصدر، فذهبت أحكامه الصـــادرة فـــي ظـــل العمل بهذا القانون إلى عدم جواز التصرف في العلامـــة التجاريـــة إستقلالاً عن المحل التجـــاري تطبيقـــاً لنظريـــة المصـــدر (Source Theory)، لأنه وفقاً لهذه النظرية كما رأت الدراسة لا يجوز لصاحب العلامـــة التجارية أن يرخص لغيره باستعمالها؛ لأن هذا الاستعمال لا يدل على المصـــدر الحقيقـــي للمنتجات وما يؤكد هذا المعنى الحكم الشهير حيث جاء في قضية :

Denever Chemical Manufacturing.Co.v .Cal Co – Macmahan Fharma

وتتلخص وقائعها في:أنه في سنة 1867 قام صيدلي يدعى (Thomas Macmahan)

بتحضـــير مركـــب طبي من بعض الأعشاب الطبية واليود يباع لأطباء الأسنان في شكل سائل داخل عبوات صغيرة ووضع على العبوات البيان التالي :

With Lodene Prepared Expressly for .Poison sat. Tinct, Aconite Root) Dentist's

10 thand 11 thesis' Newyork).bet .Jmacmahan 138 sixth Au.T.use by

وفي سنــــة 1890 اشترك (Macmahan) مـــع آخريـــن فـــي تكويـــن شـــركـــة (Macmahan) مقـــرهـــا في نيويورك لتصنيـــع المركب الطبـــي والإتجار فيـــــه، وأســـتعملت الشركـــة كلمـــــة (Antiphlogistine) لتمييز عبوات المركب الطبي الـــذي يـــباع لأطـــباء الأســـنان وأضافت هذه الكلمة الى البيانات التي تضعها على العـــبوات. وخلال الفترة بين سنـــــة 1890–1893 قام أحد أطباء مدينة(Denver) ويدعـــى (Dr.Sheets) باســـتعمال كلمة (Antiphlogistine) كعلامة تجارية لتمييز مركـــب طبـــي قـــام بتحضيره كعـــلاج بعـــض الالتهابات دون أن يعـــلم بســـبق اســـتعمال شـــركـــة (Macmahan Ph.co) للكلمـــة نفسها للدلالة على المركب الذي تقوم ببيعه لأطباء الأسنان.

وفـــي سنة 1893 تكونت شركة (Denver Chemical Manufacturing Co) لتصـــنيع وبـــيع المركـــب الطبي الذي قام (Dr.Sheets) بتحضيره وعين أحد كبار المساهمين في الشركة وهو السيد (Campbell) رئيساً للشركة واستمرت الشركة في اســـتعمال العلامة (Antiphlogistine) للدلالة على المركب الطبي المذكور وحققت نجاحاً في ذلك.

وفـــي ســـنة 1896 تلقـــت شركة(Denver Chemical Manufacturing Co) إخطـــاراً مـــن شـــركة(Macmahan Ph .co) مضمونه أن الشركـــة الأخيرة هي المـــالكـــة للعلامة(Antiphlogistine) وهي صاحبة الحق الاحتكاري في استعمالها كمـــا تضمن الأخطار التنبيه على شركة(Denver Chemical Manufacturing Co) بوقـــف اســـتعمالها غـــير المشروع للعلامة، إلا أن الشركـــــة الموجـــــه إليهـــا الأخطـــار اســـتمرت في استعمال العلامـــــة معتمدة على أنـــــه لا يوجد إحتمال وقـــوع لـــبس بيـــن مركب شركة (Macmahan Ph.co) وهو مركب سائل يستعمله

أطـباء الأسنان دون غيرهم والمركب الطبي الذي تقوم بتصنيعه وهو يباع في شكل غير سائل وفي عبوات بلاستيك مغايرة لعبوات شركة (Macmahan).

وفـي سنة 1897 حدث خلاف بين (Campbell) وباقي الشركاء وعلى أثر هذا الخلاف قرر (Campbell) الإستقالة من منصبه في الشركة وقام ببيع نصيبه.

وفـي سنة 1899 رخصت شركة (Macmahan Campbell Ph.co) باستعمال العلامة (Antiphlogistine) وتضمن عقد الترخيص المبرم بينهما إقرارا بأن الشركة المرخصـة هـي المالكة للعلامة التجارية على أساس أسبقيتها في استعمالها بصدد المركـب الطبي الذي يباع الى أطباء الأسنان في شكل سوائل ومنحت الشركة حق اسـتعمال العلامـة (Antiphlogistine) للمرخص له للدلالة على مركب طبي يباع فـي شكل غير سائل وتعهدت الشركة بمقتضى عقد الترخيص بمنع أي شخص من الغـير من استعمال العلامة بصدد أي مستحضرات طبية كما تضمن العقد حصول الشـركة المرخصـة علـى نسبة 5 % من إجمالي المبيعات الإجمالية مقابل منحها العلامة للمرخص له.

وبـناء علـى طلـب (Campbell) ودفاعـاً عـن مصـلحته أقامت شركة (Macmahan ph.co) دعـوى قضـائيـة وطلـب مـن شـركة (Denver Chemical Manufacture) عدم استعمال كلمة (Antiphlogistine) بصدد المركـب الطبـي الذي تقوم ببيعه وأسست الشركة المدعية دعواها على اعتبار أنها تملك العلامة ومن حقها أن تمنع الغير من الإعتداء عليها. غير أن الشركة المدعية خسرت دعواها أمام محكمة الدرجة الأولى وقد أيدت محكمة الإستئناف التي نظرت القضـية هـذا الحكم وقررت في حيثيات حكمها عدم مشروعية الترخيص باستعمال العلامـة الـتجارية استناداً إلى أن الغرض الرئيسي من العقد هو أن تتنزل الشركة المدعية (Campbell) عن الحق في استعمال لفظ (Antiphlogistine) كعلامة تجارية للدلالـة على المركب الذي تقوم بتحضيره حسبما اتفق عليه في شكل معين دون أن يرتبط ذلك بانتقال مشروع الشركة أو جزء من نشاطها (Campbell) ودون حصوله علـى ترخـيص بإستغلال موقع النشاط وقالت المحكمة أن الغرض الوحيد من هذا العقـد هـو أن تظـل الشـركة محـتفظة لنفسـها بـالحق فـي إستخدام العلامة

(Antiphlogistine) لتمييز المركب الذي تقوم بتحضيره في شكل سائل مع التصريح (Campbell) بإســتخدام العلامة نفسها لتمييز المركب الذي يقوم بتحضيره كما هو مــتفق علــيه في شكل مناسب واستطردت المحكمة قائلة : (أن هذا العقد هو عقد ترخــيص مــن شــأنه أن يخلق مظهراً خادعاً يضلل الجمهور فالعلامة التجارية لا يجوز التنازل عنها أو الترخيص باستعمالها فقط إلا مع واقعة انتقال ملكية المشروع الــى مســتعملها ، فالتــنازل عــن العلامة أو الترخيص باستعمالها من دون انتقال المشروع يترتب عليه إن تفقد العلامة قيمتها لإن القيمة الحقيقية للعلامة هي أنها أداة لتمييز مصدر المنتجات). (79)(الكندري،2000)

إلا أن القضــاء الأمريكــي عدل عــن فكرة عدم جواز التصرف بالعلامة الــتجاريــة إســتقلالاً عــــن المحــل الــتجاري شــريطـــة توافـــر رقابــــة الجودة (Quality Control) تأييداً منه للترخيص باستعمال العلامة التجارية ومناصرته. وفكرة رقابة الجودة هدفها أن تقيم توازناً بين مصلحة صاحب العلامة الــتجارية بــإن يرخص في استعمالها ومصلحة جمهور المستهلكين بمعنى أن جميع الأطراف رابحون ويحققون مصالحهم.(80)(Alhliyya Amman University,1999) وأجــاز القضــاء الأمريكــي التصــرف بالعلامــة الــتجارية إستقلالاً عن المحل التجـــاري في أربع حالات:(81) (الصغير، 1993)

1-حالة توريد المرخص مستلزمات الإنتاج.

ففي هذه الحالة فإن المرخص يقدم المادة الأولية اللازمة لإنتاج أو لتصنيع السلعة التي تستخدم في تمييزها العلامة التجارية المرخص بها للغير باستعمالها. وتطبيقاً لذلــك عرضت قضية على القضاء الأمريكي بشأن شركة كوكا كولا حيث أذنت هــذه الشــركة لشركتي تعبئة مياه غازية باستعمال علامتها التجارية وقد تضمن العقــد حــق الشركتين المرخص لها في التعاقد مع مصانع تعبئة أخرى على أن تحصل جميع مصانع التعبئة على المادة الأولية التي تحتوي على كمية التركيبــة الفنــيـــة مــن شــركة كوكــا كولا مباشرة وتتم عملية التعبئة بعد إضافة نسبة معيــنـــة مــن المياه الغازيــة في عبوات (Coca Cola)، وتضمن العقد الإلتزام بعــدم إضــافــة أي مــواد أخرى إلى التركيبــة الفنيــة أو استخدام أي عبوات

أخـــرى خلافاً للعبوات المعتمدة من شركـــة كوكا كولا وكذلك إعطاء المرخص الحـــق فـــي التفتيش والإشراف على جميع مراحل التعبئة لمراقبة الجودة فقررت المحكمـــة أن مـــن شأن هذه الرقابة عدم وقوع الجمهور في الغش والخداع.(82) (الكندري، 2000)

2-حالة إرتباط الترخيص باستعمال العلامة التجارية بإستغلال براءة إختراع.

حيث قضى القضاء الأمريكي بجواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية اذا ما اقترن بعقد تنازل أو ترخيص بإستغلال براءة إختراع وتطبيقاً لذلك عرضت عليه قضية تتلخص وقائعها: في قيام (Adam) وهو صاحب براءة إختراع سخان مياه بالترخـــيص (Flogger) بإســـتغلال الـــبراءة وأجاز العقد للمرخص له الحق في اســـتعمال العلامة التجارية التي تستخدم في الدلالة على سخان المياه كما أعطى العقـــد المـــرخص وهو (Adam) الحق في فسخ العقد إذا احدث المرخص له أي تعديلات صناعية في المنتج وهو ما لم يلتزم به الأخير وعندما عرض الأمر على القضـــاء الأمريكـــي قررت المحكمة وقف إستغلال المرخص له لبراءة الاختراع وللعلامـــة حيـــث أكدت المحكمة جواز التصرف في العلامة وصحته استناداً الى ارتـــباطه بإســـتغلال البراءة لأن استعمال العلامة التجارية بمعرفة المرخص له للدلالـــة علـــى المنـــتج ذاته موضوع الاختراع ليس من شأنه أن يخدع أو يضلل الجمهور (83) (الكندري، 2000)

3- حالة استعمال العلامة التجارية بصدد عقود التوزيع.

حيث قضى القضاء الأمريكي بجواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصدد عقـــود التوزيع وتطبيقاً لذلك تم استخدام علامات تجارية أجنبية بمعرفة شركات أمريكـــية حصلت على حق التوزيع الحصري (Exclusive Distribution) لسلع أجنبـــية فـــي أمـــريكا فقضـــت المحكمة بأنه ليس من شأن ذلك خداع جمهور المســـتهلكين وتضـــليلـــه علـــى إعتـــبار أنهـــا سلع مصنعة في الخارج (84) (الكـــندري، 2000) فليس هناك ما يمس جودة هذه السلع لأن دور المرخص لـــه يقتصر في هذه الحالة على القيام بتوزيعها فقط. (85)(القليوبي، 1987)

4- حالـــة مســـاهمة المرخص في رأسمال المحل التجاري المرخص له باستعمال العلامة التجارية وذلك بالقدر الذي يمكّن المرخص من رقابة الجودة.

وتطبيقاً لذلك إعتبر القضاء الأمريكي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في هذه الحالة صحيحاً ذلك أن الشركة المرخصة لعلامتها التجارية تملك جزءاً مـــن رأس مال الشركة المرخص لها الأمر الذي يضمن تحقيق رقابة كافية من الشـــركـــة المرخصـــة علـــى نشاط الشركة المرخص لها باستعمال العلامـــة التجـــارية. (86) (الكندري، 2000).

تلاحـــظ الدراسة من عرض الحالات الأربع السابقة أن القضاء الأمريكي أجاز الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجارية؛ لأن الحكمة من منع الترخيص في هذه الحالات كما رأت الدراسة منتفية على اساس ان خداع جمهور المستهلكين وتضليلهم لا وجود له في هذه الحالات فالمستهلك يحصل على المنتجات أو السلع أو الخدمات مـــن المـــرخص له أو تلك التي يقوم بتوزيعها، ويضع عليها العلامة التجارية نفس صفات وخصائص المنتجات أو السلع أو الخدمات ذاتها التي تستخدم في تمييزها أي العـــائدة للمـــرخص. كمـــا لاحظت الدراسة أن القضاء الأمريكـــي في ظل قانون العلامـــات التجارية الأمريكي لسنة 1905 قد سار بإتجاهين فيما يتعلق بموقفـــه من مســـألة الترخيص باستعمال العلامة التجارية: إتجاه لم يجز فيه الترخيص باستعمال العلامـــة الـــتجارية إعمـــالاً لـــنظرية المصدر. والإتجاه الآخـــر جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أربع حالات شريطة توافر ما يسمى(رقابة الجودة).

ب- الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجارية في ظل قانون لانهام الأمريكي لسنة 1946.

لقـــد كان لأحكام القضاء الأمريكي والتي سبق وأن عرضت لها الدراسة الدور البارز في صدور قانون (لانهام) لسنة 1946، إذ قرر المشرع الأمريكي في هذا القانون مشروعية الترخيص باستعمال العلامة التجارية وقد نصت المـــادة (5) مـــن هـــذا القانون على جواز التصرف في العلامة التجارية إستقلالاً عن المحـــل الـــتجاري وذلـــك إذا إستعملت العلامة بمعرفة شركات تربطها صلة بصـــاحب العلامة التجارية المسجلة أو لمن قدم طلباً لتسجيل العلامة بشرط ألا

يــؤدي استعمال العلامة الى خداع الجمهور أو تضليله.(87) (الصغير، 1993)

وقد عرّفت المادة (54) من قانون لانهـــــام المعـــــدلة بالقانــــون رقــم (100/ 667)الصادر عام 1988 الشركة التي تربطها صلة بصاحب العلامة (Related Company) بأنهـــــا أي شـــخص يخضـــع بمناسبة استعمال العلامة لرقابة صاحبها فيما يتعلق بصفات وخصائص البضائع أو الخدمات أو الأشياء التي تستعمل العلامة في تمييزها. (88)(الكندري، 2000)

وقــد تطلبــت أحكام القضاء الأمريكي في الرقابة المطلوب توافرها لضمان جــودة المنــتجات والسلع والخدمات من قبــل المرخص أن تكــون رقابه فعليــه وكافــية (89) (الصــغير، 1993) وهــذه من المسائل الموضوعية التي تستقل محكمة الموضــوع بنظرها وتقديرها حسب ظروف كل حالة على حدة ووقائعها وحيثياتها. وتطبــيقاً لذلك قضى بمشروعية عقد ترخيص باستعمال علامة ملابس صوفية، رغم عــدم وجــود بند في العقد يخول للمرخص حق التفتيش أو أخذ عينات من الملابس التي ينتجها المرخص له لاختيار مواصفاتها إستناداً الى احتفاظ المرخص بالحق في تعييــن العامليــــن فــي المصــنع المــرخص لــــه باستعمال العلامة التجاريــة واشــتراطــه أن تكــون الشــعارات التــي تلصــق على الملابس من صنعه.(90) (الصغير، 1993)

3 - الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل القانون البريطاني

تم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

أ- الترخــيص باســتعمال العلامــة الــتجارية فــي ظل قانون العلامات التجارية الإنجليزي القديم لسنة 1905.

لــم يتــناول قــانون العلامــات الــتجارية الإنجليزي القديم لسنة 1905 مسألة الترخــيص باستعمال العلامة وأمام سكوت المشرع عن تنظيم هذه المسألة ذهب القضــاء الإنجلــيزي في أحكامـــه الى تبني نظريـــة المصدر. وتطبيقـــاً لذلــك عــرض علــى القضــاء الإنجلــيزي العديد (91)(الصغير، 1993) من القضـــايـــا ففـــي القضـــيـــة الشــــهيرة المعـــروفة بـــــ (Bowdenwire V. Bowden Brake) والتــي تــتلخص وقائعها : قيام شركــة

(Bowden Wiretted) بالترخيص لشركة أخرى وهي(Bowden Brake) باستغلال براءة اختراع لنوع جديد من الكوابح واقترن ذلك باستعمال العلامة التجارية (Bowden) وهي علامة مسجلة تملكها الشركة المرخصة وتستعملها لتمييز هذا النوع من الكوابح، على أنه بعد انقضاء المدة القانونية لحماية براءة الاختراع وسقوط البراءة في الملك العام ظل المرخص لهم يستعملون العلامة التجارية متجاوزين بذلك مدة الاستعمال المتفق عليها، فأقامت الشركة المرخصة دعوى أمام القضاء وطلبت منع الشركة المرخص لها من استعمال العلامة التجارية لتجاوزها مدة الترخيص وإلزامها بالتعويض، غير أن المحكمة لم تستجب لهذا الطلب وقضت بعدم جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية إعمالاً لنظرية المصدر وقضت بسقوط حق الشركة المرخصة في ملكية العلامة كأثر لعقد الترخيص. وقد علق القاضي (Lord Shaw's) وبصورة مبسطة على ذلك بقوله : (إن العلامة التجارية تعني بكل بساطة أنها تصريح أو إعلان بأن البضاعة هي بضاعة مملوكة لصاحب العلامة التجارية).(92) (الكندري، 2000)

ب- الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية البريطاني لعام 1938

عدل القضاء الإنجليزي عن تبني نظرية المصدر نظرا للإجحاف بحق الشركة المرخصة في قضية (Bowden) السابق الإشارة إليها، مما دفعه الى تبني تعديل تشريعي، على إعتبار أن هذا الحكم بمثابة القانون ولم يكن حسب تعبير بعض الفقه الإنجليزي له (93)(Jhon Adam, 1990) قانونا جيدا. ولذا صدر قانون العلامات التجارية البريطاني لعام 1938 حيث عالجت المادة (28) منه مسألة (مستعمل العلامة المسجل Registered Trade Mark User). وفكرة مستعمل العلامة التجارية المسجل هي فكرة أبتدعها المشرع البريطاني، ومضمونها أنه إذا كانت العلامة التجارية تستعمل بمعرفة شخص لا يملكها يجب أن يقيد مستعمل العلامة التجارية أي المرخص له في سجل معد لهذا الغرض (94) (الكندري، 2000) تحت بند (مستعمل العلامة)

ويجــوز رفــض تســجيل العلامة أو شطبها بعد تسجيلها إذا تبين أن استعمال العلامة بمعرفة المرخص له يؤدي الى خداع الجمهور أو تضليله. وجاء نص المادة (28) من نفس القانون كالتالي :

(Subject to the provisions of this section, a person other than proprieter of a trade mark may be registered as a registered user there of in respect of all or any of the goods in respect of which it is registered).

وعلــيه فــإن الترخــيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات البريطانــي لعام 1938 كان جائزاً بشرط أن يكون مستعمل العلامة التجاريــة مسجلاً في سجل خاص بهذا الخصوص.

ج- الترخــيص باســتعمال العلامــة الــتجارية في ظل قانون العلامات التجارية البريطاني لعام 1994.

لقــد عــالج المشــرع البريطاني في قانون العلامات التجاريــة لعام 1994 الترخــيص باســتعمال العلامة التجارية بشكل مفصّل حيث ضمن هذا القانون أحكامــا مفصلــة دون أن يستخدم اصطلاح (مستعمل العلامة).

وقد نص على ذلك في المواد (25 و 28 – 31) منه، فالمادة (25) تناولت موضــوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية كأحد التصرفات القانونية التي تــرد علــى العلامــة الــتجارية المسجلة والواجب قيدها في سجل العلامات التجارية.

أما المادة (28) من القانون نفسه وهي بعنوان (الترخيص باستعمال العلامة التجارية المسجلة) وجاءت أحكامها كالتالي :

1- قــد يكــون الترخــيص باستعمال العلامة التجارية المسجلة عاماً أو مقيداً ويمكن للترخيص المقيد أن يتعلق على وجه الخصوص : ببعض البضائع أو الخدمــات الــتجارية المسجلة لها العلامة التجارية أو استعمال العلامة التجارية على وجه معين أوفي منطقة جغرافية معينة.

2- لا يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نافذاً إلا إذا تم كتابته و توقيعه من المرخص أو بالنيابة عنه ، وإذا كان المرخص شخصاً معنوياً يستعاض عن التوقيع بوضع الختم.

3- يعتبر الترخيص باستعمال العلامة التجارية ملزماً للخلف القانوني للمرخص ما لم يتفق على خلاف ذلك في عقد الترخيص وبناء عليه فإن أي إشارة في هذا القانون الى القيام بأي فعل بموافقة أو بدون موافقة مالك العلامة التجارية المسجلة يجب أن يتم تفسيره على هذا الأساس.

4- يجوز للمرخص له أن يقوم بمنح رخصة من الباطن إذا كان مفوضا بذلك بموجب عقد الترخيص وأن أي إشارة في هذا القانون الى (الترخيص) باستعمال علامة تجارية أو الى (المرخص له) يشمل أيضا (الترخيص من الباطن) أو (المرخص له من الباطن). أما المادة (29) وهي بعنوان (التراخيص الحصرية) وجاءت أحكامها كالتالي:

1) يقصد بالترخيص الحصري لغايات هذا القانون تلك الرخصة العامة او المقيدة والتي تخول المرخص له حقاً حصريا يمنع بمقتضاه الاشخاص الاخرين بما فيهم مانح الرخصة من استخدام العلامة المرخص استعمالها بالطريقة المحددة في عقد الترخيص.

2) وللمرخص له حصريا نفس الحقوق في مواجهة الخلف القانوني الملتزم بالترخيص تماماً مثل تلك التي يتمتع بها في مواجهة المرخص.

أما المادة (30) من نفس القانون فقد عالجت الأحكام العامة المتعلقة بحقوق المرخص لهم في حالة الإعتداء على العلامة التجارية المسجلة وجاءت أحكامها كالتالي :

1- ينطبق حكم هذه المادة على ما يتعلق بحقوق المرخص له بخصوص التعدي على العلامة التجارية المسجلة، على أن أحكام هذه المادة لا تنطبق على الحالة التي يكون فيها للمرخص له الحق بمباشرة الدعوى باسمه الخاص بموجب المادة (31/ 1) المتعلقة بالنص على تمتع المرخص له

المطلـــق بـــبعض الحقوق والتعويضات التي يتمتع بها من تنتقل إليه ملكية العلامة التجارية.

2- للمـــرخص له حصريا في هذه الحالة الحق في أن يطلب من مالك العلامة التجارية المسجلة أن يباشر إجراءات دعوى التعدي الحاصل على أي أمر يؤثر على مصالحه ما لم يشير عقد الترخيص الى غير ذلك.

3- وإذا رفـــض مـــالك العلامة التجارية المباشرة بهذه الإجراءات، أو أنه لم يجـــب على طلب المرخص له خلال شهرين من الطلب فإن للمرخص له أن يباشر إجراءات الدعوى باسمه الخاص كما لو كان هو مالك العلامة.

4- وإذا تمت المباشرة بإجراءات دعوى التعدي من قبل المرخص له بموجب هذه المادة فإنه لا يجوز للمرخص له بدون الحصول على أذن المحكمة أن يباشـــر بإجراءات المحاكمة إلا إذا تم ضم مالك العلامة التجارية كمدعٍ أو تـــم إدخالـــه كمدعى عليه على أن ذلك لا يمنع المرخص له من الحصول على أية قرارات تحفظية لصالحه وأن كانت بطلب منه على إنفراد.

5- لا يعتـــبر مالك العلامة التجارية الذي تم إدخاله كمدعي عليه حسبما ورد فـــي الفقـــرة (4) أعلاه مسؤولاً عن أية مصاريف في هذه الدعوى إلا إذا اشترك بنفسه في الإجراءات.

6- فـــي دعاوى التعدي التي يباشر بها مالك العلامة التجارية المسجلة ، فإن أي خســـائر يعاني منها المرخص لهم أومن المحتمل أن يعانوا منها يجب أن تؤخـــذ بعين الاعتبار وللمحكمة أن تصدر تعليمات حسب ما ترى ذلك مناسباً الى المدى الذي تعتقد فيه أن على المدعي أن يحتفظ بأية تعويضات مالية وذلك نيابة عن المرخص لهم.

7- تنطـــبق أحكـــام هذه المادة على المرخص له حصريا إذا كان يتمتع أوالى المدى الذي يتمتع فيه بالحقوق والتعويضات التي يتمتع بها من انتقلت أليه ملكـــية العلامة كما لو كان مالكاً للعلامة التجارية المسجلة وذلك بموجب المادة 31/ 1 أدناه.

وقــد عالجت المادة (31) من نفس القانون الحقوق التي يتمتع بها المرخص له تحت عنوان (تمتــع المرخص له حصريا بالحقوق والتعويضات ذاتها كما لو انتقلت إليه ملكية العلامة) وجاءت أحكامها كالتالي :

1- يمكــن (للترخــيص الحصــري) باســتعمال العلامــة التجاريـــة أن يتضــمـــــن مـــا يفيد تمتع (المرخص له) بنفس الحقوق والتعويضات وذلــك فـــي الأمور الناشئة بعد فسخ الترخيص كما لو كان الترخيص ناقلاً للملكية وإذا تضمن الترخيص ذلك فإن للمرخص له الحق مع مراعاة أحكام الترخــيص وأحكـــام الفقــرات اللاحقة من هذه المادة أن يباشر بإجراءات دعوى التعدي ضد أي شخص غير المالك وذلك باسمه الخاص.
2- إن أية حقوق أو تعويضات (للمرخص له حصريا) متلازمة مع الحقوق والتعويضات التي يتمتع بها مالك العلامة التجارية المسجلة وأن أية إشارة لمـــالك العلامة التجارية المسجلة في أحكام هذا القانون في الأمور المتعلقة بالتعدي يجب أن تفسر على هذا الأساس.
3- فـــي حالة إقامة الدعوى من (المرخص له حصريا) بمقتضى أحكام هذه المـــادة فإن للمدعى عليه أن يتمسك في مواجهته بأي دفع كان من الممكن ان يكــون مـــتاحاً له لـــو أقيمت الدعوى من قبل مالك العلامة التجارية المسجلة.
4-فـــي الحالة التي يقيم فيها المالك أو(المرخص له حصريا) دعوى التعدي على العلامة التجارية المسجلة وكان كل منهما يملك حقاً مساوياً للآخر في إقامة هذه الدعوى، وكانت الدعوى تقوم جزئياً أو كلياً على أساس التعدي، فإنه لا يجوز للمالك أو للمرخص له حصريا حسب الأحوال أن يباشر في إجراءات المحاكمة الا إذا تم ضم الطرف الآخر كمدع ثان في الدعوى أو إدخالـــه كمدعي عليه ما لم تأذن المحكمة بغير ذلك على أن ذلك لا يحول دون إصدار المحكمة لأية قرارات تحفظية في الطلبات التي يقدمها أي من المالك أو المرخص له حصريا وإن لم يقدمها الاثنان معاً.

5- لا يعتبر الشخص الذي يتم إدخاله كمدعى عليه حسبما ورد في الفقرة (4) أعــلاه مســؤولاً عــن أية مصاريف في الدعوى ما لم يشترك بنفسه في الإجراءات.

6- مــتى أقيمــت دعوى التعدي على علامة تجارية مسجلة وكانت الدعوى تــتعلق كلياً أو جزئياً بتعدٍ يملك كل من المالك والمرخص له حصريا حق إقامة الدعوى بشأنه :

أ- إن على المحكمة عند تقديرها للأضرار أن تأخذ بعين الاعتبار الشروط الــواردة فــي عقــد الترخــيص باستعمال العلامة التجارية وكذلك أية تعويضــات نقديــة تم منحها أو تقريرها لأي منهما بخصوص التعدي الحاصل أو

ب- وعلــى المحكمة أيضا عند حسابها للإرباح الفائتة أن تقسم هذه الأرباح بينهما حسبما ترى ذلك عادلاً ومع مراعاة أي اتفاق بينهما.

وتطــبق أحكــام هــذه الفقرة سواءً أكان المالك والمرخص له حصريا طرفيــن فــي الدعــوى أم لا، وإذا لــم يكن كلاهما طرفاً في الدعوى فللمحكمــة أن تصدر الأوامر التي تراها مناسبة الى المدعي الذي تعتقد فيه أن على الطرف الماثل في الدعوى أن يحتفظ بأية أرباح نقدية نيابة عن الطرف الآخر.

7-علــى مــالك العلامة التجارية المسجلة أن يعلم مسبقــاً أي (مرخص له حصــريا) (مخول بإقامة الدعوى بشكل مستقل عن المالك) برغبته في تقديم طلب إستصدار قرار بتسليمه البضائع التي تحمل العلامة التجارية أو أية أدوات أو وسائل أخري استعملت في الاعتداء وللمحكمة أن تصدر مثل هــذا القــرار بــناءً على طلب من المرخص له إذا رأت ذلك ملائماً مع مراعاة شروط عقد الترخيص.

8- تطــبق أحكــام الفقرات من (4- 7) أعلاه مع مراعاة أية اتفاق يقضي بعكس ذلك تم إبرامه بين المرخص له المطلق والمالك أي المرخص.

4- الترخيص باستعمال العلامة التجارية في ظل القانون المصري

تم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- الترخــيص باستعمال العلامة التجارية في ظل قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (57) لسنة 1939.

لم يتناول المشرع المصري في قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (57) لســنة 1939 موضوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية. ولم يكن من اليســير فــي مصــر تقرير جواز الترخيص باستعمال العلامة التجاريـــة في ضــوء نص المادة (18) من هذا القانون التي لم تجز التصرف بالعلامة التجارية إســتقلالاً عن المحل التجاري وتنص هذه المادة على أنه : (لا يجوز نقل ملكية العلامــة أو رهنها أو الحجز عليها إلا مع المحل التجاري أو مشروع الإستغلال الذي تستخدم في تمييز منتجاته). (95)(بك، 1945)

ويشــمل الحظر الوارد في نص المادة (18) من نفس القانون كافة التصرفات القانونية الناقلة للملكية كالهبة والوصية أو تقديم العلامة التجارية كحصة عينية في شركة. (96)(عباس، 1971)

ب- الترخــيص باســتعمال العلامــة التجارية في ظل قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (51) لسنة 1939 والمعدل بالقانون رقم (69) لسنة 1959

لقــد أجــاز المشــرع المصري في القانون المعدل رقم (69) لسنة 1959 لقــانون العلامــات والبــيانات الــتجارية المصري رقم (57) لسنة 1939 الترخــيص باســتعمال العلامــة الــتجاريــة بشروط تتعلق بتحديد نطاق الترخيص وذلك بموجب المادة (20) والتي تنص بقولها :

(لا يكــون نقــل ملكية العلامة أو تقرير حق انتفاع عليهــا أو رهنها حجة علــى الغــير إلا بعــد التأشــير بذلك في السجل وبالكيفية التــي تقررها اللائحــة التنفيذية) (97) (الصغير، 1993).

وقد كان هذا التعديل إستجابة ونزولاً على الإعتبارات العملية وحاجات التجارة وحركة التصنيع التي اقتضت إبرام عقود تنازل جزئي أو تراخيص

باســتعمال بــراءات اختراع وشراء أسرار صناعية وإبرام عقود تراخيص باستعمال علامات تجارية أجنبية ذات شهرة دولية.(98) (عباس، 1971)

وبعــد أن انتهــت الدراســة مــن الفصل الأول خلصت الى القول أن الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو صورة جديدة من صور التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية وتبين لنا مشروعيته.

وبعــد أن عرضــت الدراســة للترخــيص كفكــرة عامة تنتقل لدراسة الترخيص باستعمال العلامــة التجارية كعقد له نظامه القانوني الذي يحكمه في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

النظام القانوني لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

(Licensing Contract)

العلامـــة التجارية كما بينا سابقاً تعد مالاً منقولاً معنوياً، لذا فهي تعد عنصراً (Element) إيجابـــياً مـــن عناصر الذمة المالية لصاحبها، يمكن إستغلالها من قبله، ويـــتم هـــذا الاستغلال من خلال عقد (Contract) يصار إليـــه بين صاحب العلامة الـــتجارية وبيـــن الغير الراغب باستعمالها، ويتضمن هذا العقد النظام القانوني الذي يحكـــم كيفية استعمال العلامة التجارية محل العقد المذكور سواء من حيث إلتزامات وحقـــوق أطـــرافه أو مـــن حيث الكيفية التى يتم من خلالها استعمال العلامة وتنفيذ الالتزامات الناجمة عن العقد وإنقضائه.

ويطلـــق علـــى مـــثل هـــذا العقـــد عقـــد الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجاريـــــــة (Trade Mark Licensing Contract) ويعتبر هذا العقد من العقود الحديـــثة نســـبيا طرفاه المرخص وهو مالك العلامة التجارية والمرخص له ومحله العلامـــه الـــتجارية المـــراد استعمالها ولذلك فهو ليس عقدا من قبيل العقود التقليدية الشائعة مثل البيع والإجارة والوكالة وغيرها. (99) (حداد، 1998) وتعود جذور عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الى الخمسينات من القرن العشرين حيث ظهر فـــي الولايـــات المتحدة الأمريكيـــة وما لبث أن انتشر بعد ذلك في العالم نظراً لما يحققه من مزايا. (100) (الوايبو، 1998)

وتم بحث هذا الموضوع ضمن المواضيع التالية :

أولاً : ماهية عقد الترخيص

إن عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر من العقود الحديثة نسبيا اذا مـــا تمـــت مقارنـــته مع غيره من العقود التقليدية الشائعة، وأصبح هذا العقد في الوقـــت الحاضـــر من أهم العقود التجارية، فهذا العقد يرد على العلامات التجارية فينشـــيء عند إبرامه مراكز قانونية ذات طبيعة خاصة بالنظر الى التزامات وحقوق طرفـــيه ونظرا لما يحققه من مزايا باعتباره نظاما للتعاون المستمر بين المشروعات

يتـــيح أفضل الفرص للتوسع التجاري اعتمادا على شهرة العلامة التجارية. (101) (الصغير، 1993)

وأيا كان الأمر فإن هذا العقد ليس له نظام قانوني متكامل في القانون الأردني يحكـــم كيفية إبرامه وتنفيذه وحقوق وإلتزامات أطرافه وإنقضائه مما يعني خضوعه للقواعد العامة في العقود، ولم تذكر نصوص قانون العلامات التجارية الأردني شيئا عـــن الترخـــيص فيما عدا المادة (26/ 2،3) منـــه حيث أشارتا إلى مشروعيته في القانون الأردني.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

أ- تعريف عقد الترخيص

الترخـــيص لغـــة : من رخص - جمع رخائِص ويقال : رخص له كذا أو فـــي كـــذا أذن لـــــه فيـــه وترخص في الأمر أي أخذ فيـــه بالرخصة (102) (معلـــوف، 1986) وإصـــطلاح (ترخـــيص) (Licease) مشـــتق مـــــن الاصطــــلاح اللاتينــــي (Licentia) ومعناه الحرية (Freedom)، فمفهوم الاصطلاح ينصرف الى قانونيـــة الفعل فبدون الترخيص فإن الفعل يعتبر غير قانوني. (103) (عمار، 1987)

أما عقد الترخيص باستعمال العلامـــة التجاريـــة ، فقد عرفـــه البعض (104) (الصغير، 1993) أنه: (عقد يخول المرخص له حق إنتاج السلع التى تحمل العلامة بكمـــيات معيـــنة أو في حدود إقليم معين وبذلك يكتسب المرخص له حق إنتاج هذه الســـلع مـــع وضـــع نفـــس علامة المرخص خلال مدة العقد مع التزامـــه بشروط الترخـــيص). في حين عرفه البعض الآخر (105) (عمار، 1992) بأنه :(عبارة عن عقـــد إيجـــار يقـــوم بـــه صاحب العلامة بموجبه توضع هذه العلامة تحت تصرف الطرف الآخر مقابل أتاوة مع احتفاظ صاحب العلامة بملكيتهـــا ولا يعتبر الترخيص بيعاً أو تنازلاً حيث أن ذلك يؤدي الى فقد صاحب العلامة لملكيتها). في حين عرفه آخـــرون بأنـــه: (عـــبارة عن عقد بين مالك العلامـــة التجاريـــة (المرخص) وبين شـــخص آخر (المرخص له) بمقتضاه يسمح مالك العلامة لشخص أو أكثر باستعمال

العلامة على كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة لها العلامة بمقابل).(106) (القليوبي، 1996).

كمـــا تبنت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) تعريفاً لعقد الترخيص يقضي بأنـــه : (رضا مالك الحق الخاص، المرخص لشخص آخر هو المرخص له ليؤدي عمل معين يكون هذا العمل الترخيص محمياً بحق المرخص الخاص) (107) (الجبوري، 2003)

يتضح للدراسة مما سبق، أن حق المرخص له في استعمال العلامة التجارية هــو حق شبيه بحق المستأجر، فهو يكتسب حقا شخصيا قبل صاحب العلامة يخوله اســتعمال العلامة التجارية، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا ينقل ملكية العلامة الى المرخص له.

وعلــيــه فــإن الدراســة يمكــن أن تعــرفه بأنـــــه إتفــاق بين طرفين (المــرخص والمرخص له) بموجبه يخول مالك العلامة وهو المرخص شخصاً آخر وهــو المرخص له وسواء أكانا شخصاً طبيعياً أو شخصاً معنويا ترخيصا باستعمال العلامــة التجارية على كل أو بعض السلع أو البضائع أو الخدمات التي يضعهــا أو ينتجها أو يقدمها الطرف الآخر (المرخص لـــه) مقابل مبلـــغ يحدد في العقد يسمى (أتاوة Royalty) تدفع بشكل دوري أو دفعة واحدة وذلك خلال مدة معينة متفق عليها أو محددة بنص القانون.

ب- الطبيعة القانونية لعقد الترخيص

إن عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يرد على حق ملكية العلامة وانمـــا يـــرد علـــى حق الاستعمال وهو بذلك لا ينشئ للمرخص له سوى حقاً سخصياً كما سترى الدراسة لاحقاً.

ويذهـــب الفقـــه الى إعتبار عقد الترخيص صورة خاصة من الإيجار، يرد على العلامة التجارية. (108) (الصغير، 1993) ويعبر عن هذا المعنى أن المرخص له في عقد الترخيص يعتبر نفس مستأجر العقار في عقد الايجار لأن المستأجر كما نعلم لا يملـــك العيـــن محـــل الايجار مهما طالت مدة الإجارة. وبإعتبار أن عقد الترخيص صـــورة خاصـــة لعقـــد الايجار في صورته التقليدية لشيء معين بالذات وهو ذلك

المنقول المعنوي أي العلامة التجارية دون غيرها فإنه يترتب على هذه الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية النتائج التالية :

1- أن حق المرخص له في استعمال العلامة التجارية هو حق شبيه بحق المستأجر، فهو يكتسب حقا شخصيا قبل صاحب العلامة التجارية يخوله استعمال العلامة ولا يتمتع المرخص له بحق مباشر على العلامة وبالتالي لا يملك إقامة دعوى التقليد ضد من يعتدي على حقه في استعمال العلامة التجارية ويبقى لصاحب العلامة التجارية وحده الحق في رفع دعوى التقليد. (109)(عباس، 1971)

2- يستطيع مالك العلامة التصرف في ملكه بكافة التصرفات القانونية الجائزة، فيستطيع أن يبيع علامته التجارية أو يتنازل عنها جزئيا أو كليا أو يهبها للغير أو يوصي بها أو يرهنها ولا يقيده في ذلك وجود حق للمرخص له في استعمال علامته التجارية ما لم يكن هناك نص في عقد الترخيص بموجبه إشترط المرخص له على المرخص عدم جواز إجراء أي تصرف على العلامة التجارية ومثل هذا الشرط جائز؛ لأن العقد شريعة المتعاقدين في حين أن المرخص له لا يملك أجراء أي تصرف على العلامة التجارية محل عقد الترخيص؛ لأنه لا يملك سوى حق شخصي في استعمالها.

3- تعرف المادة (658) من القانون المدني الأردني عقد الإيجار بأنه :(تمليك المؤجر للمستأجر منفعة مقصودة من الشيء المؤجر لمدة معينة لقاء عوض معلوم). فالمؤجر وفقاً لهذا التعريف يمكّن المستأجر من الإنتفاع بالعين محل الإيجار في حين أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية طالما هو نوع خاص من الإيجار فإنه يخول المرخص له أيضاً الإنتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص وهذا يدلل على أن مركز المرخص له في عقد الترخيص هو بمركز المستأجر في عقد الإيجار. مع ذلك فإن هذين المركزين يختلفان من حيث :

أ-حـــق الإنـــتفاع هو حق عيني(110) (القانون المدني الاردني، 1976) في حيـــن أن حـــق المرخص له هو حق شخصي كما بينت الدراسة ذلك مسبقاً.

ب-حـــق المنـــتفع ينتهي بموت صاحبه (111) (القانون المدني الاردني، 1976) بخـــلاف الترخـــيص كمـــا سترى الدراسة ذلك لاحقاً عند بحث أسباب إنقضـــاء عقد الترخيص، إذ طالما أن حق المرخص هو حق عيني، أما حـــق المرخص له فهو حق شخصي يترتب على ذلك أن حق المرخص ينتقل بكافـــة الأسباب لنقل الملكية ومن بينها الإرث (112) (القانون المدني الاردنـــي، 1976)، أمـــا المـــرخص له فحقه غير قابل للانتقال الى الغير وينتهي بمجرد إنهاء مدة العقد أو بوفاته ما لم يتفق على خلاف ذلك.

ج ـ حق المرخص له الذي هو بمركز المستأجر في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينشاء دائماً من العقد بخلاف حق المنتفع فهو ينشاء من العقد وغيره من الأسباب الخاصـــة لكسب الحقوق العينيـــة ذاتها. (113) (القانون المدني الاردني، 1976)

4- بما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية صورة خاصة من الإيجار فإنه يـــرد على الأشياء غير القابلة للاستهلاك وذلك لانه يخول المرخص له الانتفاع بالعلامـــة التجارية وردها الى صاحبها بعد مدة هذا الانتفاع ولا يستقيم ذلك اذا كان الشيء من الأشياء القابلة للاستهلاك وعليه فإن العقد لا يكون إيجاراً وإنما يعـــــد بيعاً (114) (ابو السعود، 1986).

وعلـــى هـــذا الـــنحو، يمكن للدراسة تلخيص الطبيعة القانونية لعقد الترخيص باســـتعمال العلامـــة الـــتجارية بأنه شبيه بعقد الإيجار لشيء معين بالذات وهو ذلك المـــنقول المعـــنوي، أي العلامة لتجارية وهو عقد محله علامة تجارية تخضع في صحتها الى قانون الدولة التي سجلت فيه العلامة لدى الدائرة المختصة. (115) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) وإذا كانت هذه هي النتائج المترتبة على تكييف عقد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية بأنه إيجاراً، فإن عقد الترخيص وعقد الإيجار

لا يتشـــابهان بصــــورة مطلقة، إذ أن العلاقة بينهما علاقة عموم بخصــــوص مطلق فكل عقد ترخيص هو عقد أيجار والعكس غير صحيح. (116) (الجبوري، 2003).

ويظهر الاختلاف بين هذين العقدين من خلال :

1- مـــن حيـــث تقسيم العقود الى مسماة وغير مسماة، نجد أن عقد الإيجار هو عقد مسمى أما عقد الترخيص فهو غير مسمى.

2- مـــن حيث تقسيم العقود إلى عقود تقوم على الإعتبار الشخصي وعقود لا تقوم علـــى الإعتـــبار الشخصــــــي، نجـــد أن عقد الإيجار ليس من عقود الإعتبار الشخصـــــــي، فالأصـــل فـــيـــه عـــدم الإعتداد بشخصية المؤجر وبشخصية المستأجر (117) (سليم، 2000)، على خلاف عقد الترخيص فهو من العقود التى تقوم على الإعتبار الشخصي فشخصية المرخص والمرخص له محل إعتبار .

3- مـــن حيث المحل الذي يرد عليه كل عقد، فعقد الإيجار من الجائز أن يرد على الإشياء المادية كالإراضي الزراعية والمنازل كما قد يرد على الحقوق المعنوية كتأجـــير المخـــترع براءة إخترعـــه كما يرد على العقارات وقد يرد كذلك على المـــنقولات كتأجـــير السيارات والآلات (118) (ابو السعود، 1986)، في حين أن محـــل عقـــد الترخـــيص يرد على العلامة التجارية وهي مال معنوي له طبيعة خاصة تختلف عن الأشياء المادية.

4- إن هناك ثلاثة أنواع لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث الحقوق الممـــنوحة للمـــرخص (119)(الصغير، 1993)، فالأصل في الترخيص أن يكون بســـيطاً بحيث يجوز للمرخص أن يرخص لغير المرخص له باستعمال العلامة الـــتجارية ويحـــتفظ بحقـــه فـــي الإستغلال رغم منحه الترخيص الأول وهناك الترخـــيص الوحيد المانع إذ لا يجيز بنص العقد منح ترخيص لغير المرخص له مـــع اســـتمرار المـــرخص في استعمال العلامة التجارية وهناك نوع ثالث هو الترخـــيص الاســـتئثاري حيث لا يجيز منح ترخيص آخر ولا يسمح للمرخص باســـتعمال العلامة التجارية، الا أنه لا يفقد حقه في ملكية العلامة، في حين أن الانـــتفاع بمحل الإيجار (المأجور) يكون مقصورا على المستأجر دون سواه. وعلـــى الرغم من كل ما تقدم فإن الإختلاف ما بين الترخيص والإيجار لا ينال

مـــن كـــون الترخيص في جوهره يعتبر من قبيل الإيجار، وهذا يعني أن نطبق على هذا العقد أحكام عقد الإيجار بصورة تتفق مع عقد الترخيص.

جـــ- خصائص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

بعـــد أن بينت الدراسة مفهوم هذا العقد، فإنه يجب أن تحدد خصائصه، وبيان خصائص أي عقد من العقود يعني تحديد ما يتميز به لاستظهار النظام القانوني الـــذي يحكمـــه، مما يساعد على حل كثير من المشاكل المتعلقة به، مثل تحديد وضـــعه أي هل هو تصرف مدني أم تجاري وبيان مدى كفاية الرضا لإنعقاده وحجيته في مواجهة الغير وهل هو من عقود الإعتبار الشخصي ؟ وهل هناك ما يتميز به عن غيره من العقود، وعلى اثر ما تبين للدراسة الطبيعة القانونية لعقد الترخيص فإنها تستخلص الخصائص والسمات التي يتميز بها هذا العقد.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

أولاً: من حيث صفته الرضائية

لـــم ينظم القانون الأردني الترخيص باستعمال علامة تجارية كعقد له نظامه القانوني الخاص به ومن ثم يخضع عقد الترخيص لقواعد النظرية العامة في العقود بإعتـــباره عقـــدا غـــير مسمى ، والقاعدة في هذا الشأن أنه لا توجد طريقة خاصة لإنعقاد هذا العقد. وما هذا الا تطبيق لمبدأ رضائية العقود بمعنى أن العقد يتم بمجرد تراضـــي الطرفين على إبرامه أي توافق إرادتيهما على ذلك دون أن يتطلب القانون شكلا معينا.

وقـــد جاء في المادة (87) من القانون المدني الاردني أن: (العقد هو ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر وتوافقهما على وجه يثبت أثره في المعقـــود عليه ويترتب عليه إلتزم كل منهما بمـــا وجب علية للآخر). وقد جاء في المـــادة (90) من نفس القانون ايضا : (ينعقد العقد بمجرد إرتباط الإيجاب بالقبول مـــع مـــراعاة ما يقدره القانون فوق ذلك من أوضاع معينة لإ نعقاد العقد). وعليه يكفـــي التراضـــي لإنعقـــاد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والكتابة هنا ليســـت لازمة للانعقاد لأنه يجوز اثبات العقد المذكور عند اغفال الكتابة بكافة طرق الأثـــبات كاليمن والإقرار والشهادة متى كان العقد تجاريا تطبيقا للقواعد العامة. إلا

أن صـــفة الرضائية في العقود ليست من النظام العام فيجوز للإطراف الإتفاق على خلافهـــا كـــأن يـــتفق على أن العقد لا ينعقد إلا في شكل معين بأن يكتب في صيغة رســمية أو عرفية مثلا (120)(سليم، 2000) وضمن الصفة الرضائيه لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا بد من بحث مسألتين هامتين : أولهما هل يعتبر العقد المذكــور مـــن قبـــيـــل عقود الإذعان أم لا ؟ وثانيهما هل يكفي مجرد التراضـــي لانعقاد هذا العقد للاحتجاج به على الغير ؟

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- **عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية و صفة الإذعان**

تلتقـــي إرادتـــا الطرفين (المرخص والمرخص له) في عقد الترخيص باستعمال العلامـــة التجاريـــة بإيجاب وقبول وعلى إثر ذلك يتم كتابة العقد والتوقيع عليه ليصـــبح نافداً ملزماً لأطرافه. وإذا كان الوضع العادي في إنعقاد العقود كما في عقـــد الترخـــيص أن تســـبقه مفاوضات يتناقش فيها الطرفان في شروط العقد وأحكامه الا أنه قد يحدث أن أحد الطرفين يكون من القوة من الناحية الإقتصادية بحيـــث يفـــرض إرادتـــه على الطرف الآخر فيعرض عليه شروطاً يتعين عليه قـــبولها أو رفضـــها دون مناقشـــة، ويطلـــق علـــى هذا النوع من العقود عقود الأذعـــان(121)(سلطان، 1987).

وتقضـــــــــي المـــادة (104) من القانون المدني الأردني بأن : (القبول في عقود الاذعان يقتصر على مجرد التسليم بشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقـــبل مناقشة فيها). فرضا الطرف الآخر في عقد الإذعان يقتصر على مجرد القبول بالشروط التي يضعها الطرف الأول وتكون معدة سلفا ولا يقبل المناقشة فـــي هذه الشروط. وفي ضوء ذلك لا يعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من قبيل عقود الإذعان بصفة مطلقة وذلك للإعتبارات التالية :

1- بمـــا أن العقد المذكور عقد ملزم للجانبيـــن ومن عقود حسن النية كعقد الإيجار، فـــلا يعتـــبر مـــن عقـــود الأذعان لتساوي المراكز الإقتصادية والتفاوضيـــــة للطرفيـــــن (المـــرخص والمرخص له) وأن لديهما الخبرة والدراية اللازمة لمناقشـــة شـــروط العقـــد وحتى لو فرضنا أن يعرض أحد الاطراف في مرحلة

المفاوضـــات التمهـــيدية وغالبا ما يكون المرخص الذي يتمتع بمركز اقتصادي قـــوي عقـــداً نموذجيا يتضمن شروط العقد على الطرف الثاني (المرخص له) كصـــيغة مـــن صـــيغ الايجاب ، فإن الواقع العملي يبين أن الطرفين يلجأن الى الدخـــول فـــي مناقشة شروط العقد المقترح مع الطرف الآخر بغية التوصل الى توازن معقول ومقبول للطرفين.(122) (الجبوري، 2003)

2- ومن حيث أن تكون السلع أو المنتجات أو الخدمات التى تحمل العلامة التجارية محـــل العقـــد المذكـــور ضرورية لجمهور المستهلكين عموما وشروط احتكار المـــرخص لهـــا ووضعه شروط معدة وموحدة مسبقا للتعاقد مع الغير ولا يقبل مناقشتها فيها فهذه الامور غير متوافرة بشأن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية. فالسلع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية محل هذا العقـــد ليســـت ضـــرورية لجمهور المستهلكين بل هي من الكماليات كالخدمات الفندقـــية كفـــنادق خمس نجوم والمشروبات الغازية والمطاعم المشهورة وأنواع الملابـــس والصـــناعات الكهربائـــية والإلكترونية وصناعة السيارات من ناحية أولى، ومن ناحية ثانية فإن نوعية أو طبيعة هذه السلع أو المنتجات أو الخدمات ليســـت حكـــراً مـــن قبل المرخص لأنه توجد منافسة فيها من قبل آخرين؛ لأن الواقـــع العملـــي كمـــا بينت الدراسة مسبقا شهد إبرام عقود تراخيص باستعمال العلامـــات التجارية، وهذا يدلل على أن هذا الواقع يشهد تنافساً بين المرخصين على تسويق سلعهم او منتجاتهم أو خدماتهم التي تحمل علاماتهم التجارية، ومن ناحـــية ثالـــثة فـــإذا ما نظرت الدراسة الى محل العقد المذكور لوجدته العلامة التجارية، والمرخص في الأصل لا يطرح علامته التجارية لجمهور المستهلكين لاستعمالها وإنما يختار من يتعاقد معه اختياراً دقيقاً وفق معايير معينة فهذا العقد من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي.

3- إن إبـــرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية تخضع شروطه وأحكامه للمناقشـــة والتفاوض بين الطرفين من حيث حقوق والتزامات اطرافه سواء من حيـــث الـــبدل الذي يجب دفعه المرخص له وكيفية دفعه ومكان الترخيص ومدة

العقد والشرط الخاص بتسوية المنازعات وانقضاء العقد والترخيص من الباطن وغيرها من الأمور.

وعلى هذا النحو، تخلص الدراسة الى القول بأن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو عقد رضائي ينعقد بمجرد التراضي بين طرفيه وأنه لا إذعان فيه.

ب- هل يكفي مجرد التراضي لإنعقاد عقد الترخيص للإحتجاج به في مواجهة الغير ؟

يقصد بحجية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في مواجهة الغير وجوده القانوني في مواجهة الغير كالمقلد والمرتهن والمتنازل له بعقد غير مسجل في مواجهة المتنازل له بعقد مسجل والمرخص له بعقد غير مسجل في مواجهة المرخص له بعقد مسجل، بمعنى قدرة المرخص له على منع الغير من الإدعاء بإي حق على العلامة التجارية المرخص باستعمالها وقدرته بالتالي على إحتكار استعمالها. مثال ذلك أن يرخص (أ) باستعمال علامته التجارية إلى (ب) بعقد غير مسجل ثم يرهن (أ) العلامة التجارية إلى (ج) ويقيد حق الرهن في سجل العلامات التجارية وفي سجل الرهن الخاص بالعلامات التجارية، وبذلك يكتسب (ج) حقا عينيا على العلامة هو حق الرهن، فلا يجوز للمرخص له (ب) أن يتمسك في مواجهة الدائن المرتهن باستعمال العلامة التجارية وعدم سريان الرهن قبله إلا بعد التأشير بالترخيص باستعمال العلامة في سجل العلامات التجارية وكذا الحال فيما لو كنا بصدد عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية مُسجّل في سجل العلامات التجارية.

وحتى تتوافر هذه الحجية، لا بد من توافر شرطين :

أ- ضرورة تسجيل عقد الترخيص في سجل العلامات التجارية، إذ أوجب المشرع الأردني تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ويستفاد هذا الحكم من النصوص القانونية التالية :

1- بموجب المادة (1/3) من قانون العلامات التجارية الأردني حيث أوجبت تسجيل الترخيص باستعمال العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية باستثناء ما يتضمن عقد الترخيص من سرية.

2-بموجب المادة (19 / 5) من نفس القانون حيث أوجبت أن أي تصرف قانوني يرد على العلامة التجارية يتم نشره في الجريدة الرسمية ومن هذه التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية الترخيص باستعمالها.

3-بموجب المادة (26/ 2) من نفس القانون حيث أوجبت تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لدى مسجل العلامات التجارية.

4-بموجب المادة (32) من نفس القانون والتي تناولت حجية التسجيل فأن الشهادة الصادرة من مسجل العلامات التجارية وتحمل توقيعه بشأن أي قيد ومنه الترخيص باستعمال العلامة التجارية تعتبر مقدمة بينة على إجراء ذلك القيد وعلى مضمونه.

وعلى هذا النحو، يتضح للدراسة أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينعقد بمجرد التراضي دون حاجة الى أي إجراء آخر ولكن لا يحتج بالعقد المذكور في مواجهة الغير إلا باتخاذ إجراءات الشهر التي يقررها القانون. وبموجب المادة (54) من نظام العلامات التجارية الأردني، لا بد من إشهار التصرفات التي قد تقع على العلامة التجارية أيا كأن نوع تلك التصرفات وكذلك عن طريق قيده في سجل العلامات التجارية.وتجمع بعض القوانين المقارنة على ضرورة تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

ففي فرنسا يتعين شهر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في سجل العلامات الوطنية إعمالاً لحكم المادة (29) من قانون العلامات الفرنسي الجديد لسنة 1991 ولا يجوز الاحتجاج بالعقد على الغير إلا باتباع اجراءا ت الشهر المقررة.(123) (الصغير، 1993).

وفي كندا يتعين أن تكون اتفاقية ترخيص العلامة التجارية (Licensing Agreement) مسجلة لدى المكتب الوطني لحقوق الملكية الفكرية

وذلـــك بموجب التعديل الذي تم على قانون العلامات الكندي لسنـــــة 1993. (124) (Trade- Mark Licensing in Canda, p.1).

وفـــي بريطانيـــا وبموجب المادة (4/28، 5) من قانون العلامات التجارية الملغي لعام 1938 لا بد من تسجيل العلامة التجارية المرخص باستعمالها اذا كانت تســتعمل بمعــرفة شخص لا يملكها وذلك في سجل خاص لهذا الغرض شريطة الا يــتعارض هــذا الاستعمال مع المصلحة العامة.(125)(النحاس، 1996) وبعد أن ألغى المشرع البريطاني فكرة (مستعمل العلامة) بموجب قانون العلامات التجارية لسنة 1994 أوجبت المادة (25) من هذا القانون صراحة تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامــة الــتجارية بإعتباره واحدا من التصرفات القانونية التى ترد على العلامات التجارية المسجلة والواجب قيدها في سجل العلامات التجارية.

ويضمن هذا التسجيل عدم ضياع حقوق المرخص له بموجب عقد الترخيص قــبل الغــير كمـــا لـــو قام مالك العلامة (المرخص) بمنح الترخيص لهم باستعمال العلامـــــة الـــتجاريـــة ، كمـــا أن تسجيل عقد الترخيص يعطي المرخص له مالم يشـــترط فـــي العقـــد خلاف ذلك حق مطالبة المالك بإتخاذ إجراء لمنع الآخرين من التعدي على العلامة التجارية المرخص باستعمالها والحق برفع دعوى التعدي بإسمه اذا فشل مالك العلامة في رفعه.(126)(Trade- Mark Licensing in Canda,p.4)

أمـــا في أمريكا، فلا يوجب قانون العلامات التجارية الأمريكي قيد المرخص لـــه كمســتعمل للعلامـــة كما لا يخضع الترخيص باستعمال العلامة التجارية لاي إجراء من إجراءات الشهر.(127)(الصغير، 1993)

ومـــن القوانيـــن العربية ما يسير في إتجاه القوانين التي أوجبت تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة حتى يحتج به على الغير، فالمشرع المصري نص في المـــادة (20) من قانون العلامات التجارية والبيانات المصري على أنه : (لا يكون نقـــل ملكـــية العلامـــة أو تقرير حق انتفاع عليها أو رهنها حجة على الغير إلا بعد التأشـــير بذلـــك في السجل بالكيفية التي تقررها اللائحة التنفيذية). والمقصود بحق الإنـــتفاع الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية والتنازل الجزئي عنها.(128)(قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة، 1992)

ب- أمـــا الشـــرط الثاني للاعتراف بحجية عقد الترخيص في مواجهة الغير فهوأن يكـــون الغير حسن النية، يكون لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية حجة فـــي مواجهـــة الغير حتى ولو لم يجر تسجيله في سجل العلامات التجاريـــة إذا كـــان الغير يعلم بـــه فعلاً، وفي كل الأحوال وبموجب المادتيـــن (58 ، 59) من نظام العلامات التجارية الأردني فإن كل من يدعي بأنه قد آل إليه الحق في علامـــة تجارية معينة بطريقة من الطرق التي تؤدي الى ذلك قانوناً فإنه مكلف بتقديم الإثبات الذي يطلبه منه المسجل على صحة ملكيته لتلك العلامة وإذا اقتنع المسجل بملكية الطالب لتلك العلامة ولاسم وشهر ة ذلك المتجر، يجري تسجيل العلامة باسم الطالب بصفته مالكاً لها.

ثانياً: عقد الترخيص عقد تجاري

تعود أهميـــة إطلاق هذا الوصف على أي تصرف قانوني إلى أنه عندما يكون هـــذا التصرف تجاريـــاً فإنـــه سيخضع للنظام القانوني الخاص بالأعمال التجارية. وفي الأصل تكون العقود عقوداً مدنية، غير أنها تكتسب الصفة التجارية إذا توافرت في تكوينها بعض الشروط الخاصة وأن المقياس العام الذي يساعد على إظهار صفة العقـــد التجارية يستمد من نظرية الأعمـــــال التجاريـــة.(129) (عيد، 1968) وعليه فإن العقد يعتبر تجاريـــاً إذا كان موضوعه عملاً من الأعمال التجاريـــة المحددة في القانون.(130)(قانون التجارة الاردني، 1966) وكذلك تعتبر تجارية العقود التي يجريها الـــتاجر لحاجـــات تجارية الـــــى أن يقوم الدليل على العكس.(131) (قانون التجارة الاردنـــي، 1966) وفي هذه الحالة تكون العقود قد اكتسبت الصفة التجارية بطريق التبعية. واذا ما نظرنا الى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فهل يعد العقد المذكور عقداً تجارياً أم لا ؟

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو من العقود الحديثة نسبياً إذا ما تـــم مقارنته مع غيره من العقود التقليدية الشائعة والتي خصص المشرع لها أحكاماً مســـتقلة خاصة بها ومن قبيل ذلك ما خصص المشرع التجاري الأردني في قانون الـــتجارة الأردني أحكاما مستقلة خاصة ببعض العقود واعتبرها عقوداً تجارية على وجـــه الخصوص وهي : عقد الوكالة التجارية وعقد الوكالة بالعمولة وعقد السمسرة

وعقد الرهن التجاري وعقد النقل.(132))(قانون التجارة الاردني، 1966) وإذا ما نظرا الـــى عقـــد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية، فإن الدراسة تجد أن هذا العقد ينصب على الإنتفاع بالعلامة التجارية، وبالتالي فهو عقد من العقود التجارية القائمة علـــى عمل تجاري وفقاً لمعياري تداول الثروات والمشروع اللذين يستهدفان تحقيق مردود ايجابي لأطرافه. فهو وفقاً لمعيار المشروع يعتبر عقداً تجارياً لأن هذا العقد يقـــوم علـــى عنصـــر قوة رأس المال من ناحية، ولأن القانون التجاري هو قانون المشـــروعات الـــتجارية بحيـــث يدخـــل فـــي نطاقه كل عمل يمارس من قبل هذه المشـــروعات.(133)(العكيلـــي، 1995) ووفقاً لمعيار التداول يعتبر عقداً تجارياً، لأن محـــل هـــذا العقد هو العلامة التجارية والتي لها قيمة اقتصادية مضافة الى المحل الـــتجاري الـــذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته وهذه القيمة تجعلها محلاً قابلاً للـــتداول مـــن خـــلال المضاربة لتحقيق المردود الإيجابي لصاحبها ألا وهو الربح. ومعيار المشروع والتداول (134) (العكيلي، 1995) تناولتهما المادة السادسة والسابعة مـــن قانون التجارة الأردني. فالعمل التجاري وفقا لهذين المعيارين يسهم في تداول الثروات بقصد تحقيق الربح وغالبا لا يكون هذا الوصف إلا إذا تم العمل على سبيل الاحـــتراف أو قام به مشروع.(135) (العكيلي، 1995) ويذهب البعض الى القول، أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد نشأ وتطور في بيئة تجارية ويبرم بين الـــتجار بل ما بين شركات تجارية عملا بهدف الاستثمار التجاري لذا يمكن القول أنـــه عقد تجاري تطبق عليه أحكام قانون التجارة في الدول التى تأخذ بالتفرقـــة ما بيـــن القانونيـــن المدنـــي والتجاري مثل الأردن (136)(حداد، 1998)، وما يؤكد على تجاريـــة هـــذا العقد أن العقود التجارية لا ترد أصلاً إلا على منقول (137)(العطير، 1993)، وكمـــا رأت الدراسة فأن العلامة التجارية وهي محل عقد الترخيص تعتبر مـــنقولاً معنوياً وما يدعم ذلك أن تبادل الثروات أو التوسط في تداولها لا يقع أصلا إلا على المنقولات ومنهـــا العلامات التجارية.

وعلـــيه فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو عقد تجاري وبالتالي يكتســـب الصفة التجارية مع ما يترتب على إكتسابها من نتائج ستعرض لها الدراسة لاحقاً.

ثالثاً: من حيث مضمونه

إذا مـــا نظرت الدراسة إلى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث مضـــمونه، أي مـــن حيـــث حقوق وإلتزامات أطرافه التى ينشئها تجد أنه عقد ملزم للجانبين وعقد معاوضة ومن العقود المحددة.

أ- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقد تبادلي

يعتـــبر عقـــد الترخـــيص باستعمال العلامـــــة التجاريـــة من العقود التبادليـــة الملـــزمة للجانبيـــــن، إذ ينشأ التزامات متقابلـــة على طرفيـــه بمجرد إنعقاده. وتعتبر التزامات كل من الطرفين (المرخص والمرخص له) سبباً في إلتزامات الطـــرف الآخـــر فالمـــرخـــص مثلا يعـــتبر دائنا ببـــدل الترخيص (الأتاوه) ومديـــناً بتمكيـــن المرخص له من الإنتفاع بالعلامة التجارية خلال المدة المتفق علـــيها والمـــرخص له دائـــناً للمرخص بالتمكين من الإنتفاع بالعلامة التجارية ومديـــناً بـــبدل الترخـــيص المتفق عليه، ويترتب على إعتبار العقد المذكور من العقود التبادلية الملزمة للجانبين ما يلي:

1- ترتبط إلتزامات الطرفين ارتباطاً وثيقاً بحيث لو ابطل التزام احدهما أو انقضى بطل الالتزام الآخر وانقضى كذلك (138)(ابو السعود، 1986)

2- يترتـــب علـــى تعدد الإلتزامات من الجانبين أن يكون لكل من هذه الالتزامات محل متميز عن محل إلتزامات الطرف الآخر، فمحل إلتزام المرخص هو تمكين المرخص له من الإنتفاع بالعلامة التجارية محل العقد بصورة كاملة في حين أن أهـــم إلـــتزام يترتب على المرخص له هو دفع المبلغ المتفق عليه بدل الانتفاع بالعلامة التجارية.

3- طالمـــا أن عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجاريـــة من العقود التبادليـــة الملـــزمة للجانبيـــن فإنه يخضع لقواعد الفســـخ اذا أخل أحد طرفيه (المرخص والمـــرخص له) بإلـــتزام من إلتزاماته. والفسخ يعني أن لكل طرف أن يطلب فســـخ العقـــد وإعادة الحالة الى ما كانت عليـــه قبل التعاقد إذا إمتنـــع أو أخل الطرف الآخر عن تنفيذ إلتزامه. (139)(سلطان، 1987)

4- الدفـــع بعـــدم التنفيذ بمعنى أن لكل طرف إذا طالبه الطرف الآخر بالتنفيذ ولم يكـــن هـــو نفسه قد نفذ التزامه أو أبدى استعداده لتنفيذه أن يدفع هذا الطلب بما يسمى بالدفع بعدم التنفيذ.(140)(سلطان، 1987)

5- إنفساخ العقد بسبب القوة القاهرة (141) (القانون المدني الاردني، 1976) وذلك في حالة استحالة تنفيذ الإلتزام بسبب خارج عن الإرادة.

ب- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود المعاوضة .

إن عقد المعاوضة هو ذلك العقد الذي يقصد فيه كل من الطرفين تلقي أداء مقابل مـــن الطـــرف الآخر، كعوض بديل للاداء الذي أدّاه أو يؤديه. والعقد المذكور يعتـــبر من عقود المعاوضات، فكل طرف فيه يأخذ مقابلا لما يعطى، فالمرخص يحصل على المقابل النقدي دفعه واحدة أو بشكل دوري حسب الإتفاق كذلك فإن المرخص له يحصل على منفعة استعمال العلامة التجارية مقابل ما يدفعه خلال المـــدة المـــتفق علـــيها أو المحددة بنص القانون. وبما أن هذا العقد صورة من الإيجـــار، إذاً هو من العقود الدائرة بين النفع والضرر بأصله ويترتب على ذلك أن أي إخلال بذلك الإلتزام بالمعاوضة يجيز المطالبة للحصول على المقابل ولو قضـــائيـــاً وإلا كـــان هناك إخلال بالتزام تعاقدي يتيح طلب الفسخ وفقاً لقواعد الفسخ. وما يدلل على أن العقد المذكور من عقود المعاوضة، أن هذا العقد يعتبر عقـــداً تجاريـــاً والأصل في العقود التجارية أنها غير مجانية، فالعقود التجارية بحســـب الأصل تحدث بعوض لقاء مقابل وهو ما يتفق وطبيعة العمل التجاري القـــائم علـــى المضـــاربة وتحقيق الربح وهذا ما تؤكده المادة (55) من قانون الـــتجارة الأردني التي تنص على : (كل التزام تجاري يقصد به القيام بعمل أو بخدمة لا يعد معقوداً على وجه مجاني ....).

جـــ-عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود المحددة

العقـــد المحدد هو الذي يتحدد فيه وقت الانعقاد مقدار الأداء الذي يبذله كل من الطرفيـــن ولو انتفى التعادل بين الإدائيين(142) (سلطان، 1987) والعقد المذكور يعتـــبر من العقود المحددة نظراً لأن وقت انعقاده يتحدد فيه إلتزامات كل طرف مـــن أطرافه. فعقد الترخيص باستعمال العلامة ليس من قبيل العقود الاحتمالية

التـــي لا يعــرف كل طرف فيها عند انعقاده مقدار ما ينشأ عنه من حقوق لكل طــرف ومـــا يترتب عليه من التزامات، وذلك لأن تحديد مقدار ما سيكسب كل طــرف أو مقدار ما سيخسر لا يمكن تحديده وقت انعقاد العقد وإنما يتحدد ذلك مستقبلا كعقد التأمين وعقد الرهان.

رابعاً: من حيث إثباته

يترتب على الصفة التجارية لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أن هذا العقد ينعقد بمجرد تبادل الإيجاب والقبول وبما أن العقد المذكور عقد تجاري، فيجوز إثباته بكافة طرق الإثبات دون اشتراط الكتابة لإثباته.

والقـــاعدة العامـــة فـــي اثـــبات التصرفات القانونية هي أن الكتابة لازمة لاثبات التصـــرفات المدنـــية التي تزيد قيمتها على مائة دينار أو اذا كان غير محدد المقدار وغـــير لازمـــة إذا كان التصرف تجاريـــا وهذا ما نصت عليه المادة (1/28) من قانون البينات الأردنـــي رقـــم (30) لسنـــــة 1952(143)(الجريدة الرسميـــة،1108) والمـــــعدل بالقانـــون رقم (37) لسنة 2001.(144)(الجـــريدة الرسميـــة،4501) حيث تقول : (أ- إذا كان الالتزام التعاقدي في غير المواد التجارية يزيد على مائة دينار أو كان غير محدد المقدار فلا تجوز الشهادة في إثبات وجود الالتزام أو البراءة منه ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك. ب- مع مراعاة أحكام أي قانون خاص يجـــوز الإثـــبات بالشـــهادة فـــي الالـــتزامات التجاريـــة مهمـــا بلغ مقدارها وفي الالتزامات المدنية إذا لم تزد على مائة دينار)، فالأعمال التجارية تخضع في إثباتها لمـــبدأ حـــرية الإثبات وقد تقرر هذا المبدأ ايضاً في المادة (51) من قانون التجارة الأردنـــــي حيث تنص بقولهـــا : (لا يخضع إثبات العقود التجارية مبدئياً للقواعد الحصـــرية الموضوعة للعقود المدنية، فيجوز إثبات العقود المشار اليها بجميع طرق الإثبات مع الاحتفاظ بالاستثناءات الواردة في الأحكام القانونية الخاصة)

والحكمـــة من تقرير هذا المبدأ هي أن ذلك يتفق وطبيعة الأعمال التجارية التي قوامهـــا السرعة والثقة والائتمان فمن غير المتصور أن يجري التاجر عقداً في كل عملية تجارية مهما بلغت قيمتها أو أن يتوجه في كل عقد أبرمه الى الدوائر الرسمية لإثـــبات تـــاريخ العقود حتى تسري على الغير، على أنه لما كانت قواعد الإثبات لا

تـــتعلق بالنظام العام فإنه يجوز الإتفاق على أن يكون الإثبات في الأعمال التجارية بالكتابة وفي هذه الحالة لا يجوز الإثبات بغير الكتابة. (145) (القليوبي،1987)

غير أن الدراسة تعتقد أنه لا مجال لتطبيق مبدأ حرية الإثبات في عقد الترخيص باســتعمال العلامـــة الـــتجارية رغـــم أنه عقد تجاري؛ لأن هذا العقد كمــــا رأت الدراســــــة يستلزم تسجيله في قوانين بعض الدول وذلك عن طريق قيده في سجل العلامـــات الـــتجارية حـــتى ينفذ في مواجهة الغير إذ لا يعتبر حجة على الغير إلا بتســـجيله؛ فالكتابة هنا ليس شرطاً لانعقاد هذا العقد وانما شرط للإثبات وشرط لازم لاتخاذ إجراءات تسجيل عقد الترخيص، على أن هذا لا يغير من كونه عقداً رضائياً هـــذه من ناحية أولى. ومن ناحية ثانية نرى أن الإثبات بالكتابة للعقد المذكور مسألة تفرضـــها الواقع العملي لأنه ليس من مصلحة المرخص له في حال من الأحوال أن يرتـــبط مع المرخص بعقد شفوي لأنه يكفي أن يجد المرخص مصلحته في إستغلال العلامة التجارية مباشرة حتى يرجع بل قد ينكر ما اتفق على الترخيص باستعمالها شـــفاهه بـــل وقد يدعى على المرخص له بالتقليد ومنافسته له إن أقدم على استعمال العلامة التجارية مستنداً الى الترخيص الشفوي. ومن ناحية ثالثة فإن صفة الرضائية كما بينا مسبقا ليست من النظام العام فيجوز للأطراف الاتفاق على أن العقد لا ينعقد الا فـــي شكل معين كتدوينه في صيغة رسمية أو عرفية مثلاً. وعندها تعتبر الكتابة ســـواء رسمية أو عرفية شرطاً للانعقاد والإثبات معاً ومن ناحية رابعة فإن قواعد الإثـــبات ليست من النظام العام، فيجوز للأطراف الإتفاق على إثبات عقد الترخيص بالكتابة مثلاً أو باي طريق آخر من طرق الإثبات .

خامساً: من حيث تفسيره

يفّســـر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بموجب القواعد العامه في تفســـير العقـــود إضافة للقواعد الأخرى المساعدة لقاضي الموضوع في التفسير الى جانب القواعد الخاصة بتفسير هذا العقد، وتفسير العقد من عمـــل القاضـــــــي.(146) (سلطان، 1987)

ويجـــب أن يؤخذ بعين الأعتبار أن هذا العقد ليس من عقود الإذعان وبالتالي لا مجال لتطبيق نص المادة(240) من القانون المدني الأردني الخاصة بتفسير عقود

الإذعـــان. ولذلـــك إذا تعذر على القاضي التعرف على الإرادة المشتركة للمتعاقدين بالـــرغم مـــن إعمال قواعد التفسير يتعين عليه في هذه الحالة الأخذ بقواعد العدالة وحسن النية ويجب الرجوع في تفسير العقد المذكور الى المعايير التالية :

1- شـــروط العقد الخاصة المبرم بين الطرفين لأنه إذا تعارضت الشروط الخاصة مـــع الشروط العامة فيؤخذ بالشروط الخاصة على إعتبار أن هذه الشروط كانت محـــل تفـــاوض ونقـــاش وإتفـــاق من قبل الطرفيـــن.(147)(مجلة نقابة المحامين الاردنيين، 1978)
2-الأحكـــام التفســـيرية التي تضمنها القانون المطبق على أساس العقد ما دامت لا تتعارض مع مضمون عقد الطرفين.(148) (الحكيم، ص2)
3- العرف المحلي والدولي المعتمد في العقود المماثلة.
4- ما قرره الاجتهاد والفقه حول العقد المذكور.

سادساً: من حيث تنفيذه

يعتـــبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث تنفيذه من العقود المستمرة أي يعتمد في تنفيذه على عنصر الزمن، ويعتبر الزمن مقياسا يقدر به محل العقد كما أنه من عقود حسن النية.

أ- إنه من العقود المستمرة

القول بأن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عقد مستمر معناه، أنه من عقود المدة. وعقود المدة هي العقود التي يكون الزمن أحد عناصرها الجوهرية التـــي يكـــون فيهـــا إلتزام أحد طرفـــي العقد أو كليهما ممتداً في الزمن يقاس بمقياس الزمن.(149)(سلطان، 1987) ويعتبر العقد المذكور من عقود المدة؛ لأنه يتم تنفيذ الإلتزامات الناشئة عنه على فترات زمنية طيلة مدة سريان العقد وليس دفعة واحدة مثله مثل عقود المدة الاخرى كعقد الايجار وعقد العمل ولأنه يقاس مـــدى الإنـــتفاع بالعلامة التجارية محل هذا العقد بالزمن في كل لحظة في عقد الترخيص باستعمالها حيث يعد التزام المرخص بتمكين المرخص له من الإنتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص التزاماً مستمراً مما يجعل هذا العقد عقداً زمنـــياً مستمراً ولأنه من غير المتصور الحصول على هذا الانتفاع الإخلال مدة

زمنــية صــغرت أو كبرت. ويترتب على اعتبار العقد المذكور من عقود المدة عدة آثار :

1- فــي حالــة فسخ العقد فإنه ليس للفسخ أثر رجعي (150)(سلطان، 1987)، فينفذ الفســخ بالنسبة للالتزامات المستقبلية من تاريخه، أما الالتزامات التي تم تنفيذها فتــبقى نافذة وصحيحة فلا يستطيع المرخص له المطالبة برد المبالغ النقدية التي دفعهــا عــن الفــترة الفائتة؛ لأنها أصبحت من حق المرخص مقابل إلتزامــه بتمكين المرخص له من الإنتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص.

2-إذا إســتحال تنفــيذ إلــتزام أحــد طرفيه بقوة قاهرة، مثل إفلاس المرخص أو المــرخص له أو صدور قانون جديد وضع قيوداً قانونية تمنع انتشار الصناعات أو المنــتجات التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الترخيص في بلد المرخص أو فــي بلــد المرخص لــه لتعلقهــا مثلا بتلوث البيئة، فإن العقد ينتهــي بقوة القــانون وتســقط الــتزامات طرفيــه من تاريخ الاستحالة.(151)(القانون المدني الاردني، 1976)

3-طالما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يرتبط بمدة معينة فهو لذلك عقــد مؤقت لا يمكن للمرخص له أن يحصل على المنفعة بدون تحديد مدة(152) (ابو السعود، 1986) مثله مثل عقد الإيجار.

4-بمــا أن عقــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر نوعاً من الإيجار وبما أنــــه عقــد مستمر، فالقاعدة أن الإعذار شرط لاستحقاق التعويض في العقود الفوريــة التــي تنفذ دفعة واحدة كعقد البيــع، أما في العقود المستمرة فالإعذار ليس بضروري إذا تأخر المرخص أو المرخص لــه عن تنفيذ التزامه المستمر لأن مــا تأخــر فــيــه لا يمكــن تداركــه لفوات الزمن فلا فائدة ترجى مــن الإعذار. (153)(سليم، 2000)

وتفــريعاً علـــى هذه القاعدة ففي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وبمــا أنه عقد مستمر فإن إلتزامات المرخص مستمرة ومن ثم فإنه اذا تأخر في تنفــيذها فإن المرخص له غير مطالب باعذاره لأن ما تأخر فيه لا يمكن تداركه وذلك لفوات الوقت.

5- من الآثار الهامة التي تترتب على كون عقد الترخيص من عقود المدة إمكانية تطبيق نظرية الظروف الطارئة عليه(154)(حداد، 1998)، وذلك لأن شروط(155) (القانون المدني الاردني، 1976) إعمال هذه النظرية متوافرة في حالة العقد المذكور وهي :

أ- أن يكون العقد المراد إعمال النظرية في شأنه من عقود المدة أي من العقود المستمرة، وأن يكون عقداً محدداً لأن العقود الفورية والاحتمالية لا يتصور الاخذ بشأنها بنظرية الظروف الطارئة.

ب- أن يطرأ بعد انعقاد العقد وقبل تنفيذه حادث استثنائي عام كأن يصدر قانونا يضع قيوداً قانونية تمنع بيع المنتجات أو السلع التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الترخيص.

ج- أن يكون الحادث الاستثنائي العام غير متوقع وغير مستطاع دفعه لأنه أمر بديهي إذا كان متوقعاً وكان بالاستطاعة دفعه لا مجال لإعمال هذه النظرية.

د- أن يؤدي الحادث الى جعل الالتزام مرهقاً دون أن يصل الى حد الأستحالة.

وقصر المشرع الأردني في المادة (205) من القانون المدني الأردني سلطة القاضي إذا توافرت شروط هذه النظرية على تعديل العقد دون فسخه وذلك برد الإلتزام المرهق الى الحد المعقول. ونعتقد أن من المنطق أن تطبق هذه النظرية في مجال عقود التراخيص الاتفاقية باستعمال العلامات التجارية، فبالإضافة الى كون هذه العقود عقوداً مستمرة ومحددة فإن هذه العقود وبسبب أنها تنصب على استعمال مال منقول معنوي وهي العلامة التجارية فإنه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلّب الأسعار ارتفاعا وهبوطا من أن يكون لها إنعكاسا على توازن الاداءات والحقوق للأطراف المتعاقدة (المرخص والمرخص له) فمثل هذه الظروف غير المتوقعة تتطلب تدخلاً لإعادة التوازن المطلوب بين الأطراف المتعاقدة.

6- بما أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يولد إلا حقا شخصيا للمرخص له فهو يمكّن من الإنتفاع بالعلامة ولمدة زمنية معينة لذلك فهو من عقود الإدارة لا من عقود التصرف كالبيع. وهو من عقود الإدارة لأن استغلال

العلامــة الــتجــارية محـــــل عقــد الترخــيص مــــن عناصر حــــق الملكــيـــــة (التصرف، الاستعمال، الاستغلال).(156)(القانون المدني الاردني، 1976)، أي ملكــية العلامـــة الــتجارية العائدة للمرخص فالتنازل عنه مؤبدا يخرجــنا من نطاق الترخيص لأنه يعتبر عندئذ تصرفا ناقلا للملكية من ناحية. ومــن ناحية أخرى لأنه لا يترتب على هذا العقد خروج العلامة التجارية من ملكــية المــرخص الى ملكية المرخص له وإنما الحاصل أن المرخص يترك غيره ينتفع بالعلامة التجارية مدة معينة وبناءً على ذلك وبما أن العقد المذكور نوعا من الإيجار فإنه يكفي لإبرامه كما في عقد الإيجار أن يكون للمرخـــص (المؤجــر) أهلــيـــــة الإدارة إذ لا يشـــتـــرط أن تكـــــون له أهلـــيـــة التصـــرف.(157) (ابو السعود، 1986)

ب- أنه من عقود حسن النية

تقضي القواعد العامة في العقود بوجوب مراعاة حسن النية من طرفي العقد وذلك إعمـــالاً لحكــم المـــادة (1/202) مـــن القانون المدني الأردني الت'ى تنـــص بقولهـــــا : (يجــب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية).

وعقــد الترخــيص باستعمال العلامة التجارية من عقود حسن النية؛ لأن حسن النـــية يلعب دوراً عند انعقاده وتنفيذه، فعند انعقاده يعتمد المرخص في قبوله التعاقد مـــع المرخص له بناء على ما يدلي به الطرف الآخر المرخص له، من معلومات وبيانات عن تجارته وسمعته التجارية ومركزه المالي لذا يتوجب على المرخص له أن يــتحرى الصدق وحسن النية عند الإدلاء بهذه المعلومات. وعليه بعد ذلك وفي مــرحلة تنفــيذ العقــد أن يمتــنع عــن كل فعل من شأنه التسبب بإلحاق الضرر بالمــرخص له وأن يبلغ المرخص باي ظرف قد يستجد على وضعه المالي ويكون من شأنه الإضرار بالسمعة التجارية للمرخص المتمثلة في شهرة العلامة التجارية الــتى رخص باستعمالها على منتجات أو سلع أو خدمات المرخص له، ومن ناحية أخــرى علـــى المــرخص أن يعلم المرخص له باي ظرف من شأنه أن يتأثر به المــرخص له خلال المدة الزمنية المتفق عليها للإنتفاع بالعلامة التجارية محل عقد

الترخيص ومن قبيل ذلك لو رخص المرخص لشخص آخر بموجب عقد ترخيص لـم يـتم تسـجيله، فعلـيه أن يعلم المرخص له بالاشخاص الذين قد رخص لهم باسـتعمال علامـته الـتجارية علـى سلعهـم أو منتجاتهم أو خدماتهـم؛ لأن العـقد الـذي يبرمه المرخـص لا يقتصر على مرخـص لـه واحـد يجـيز له اسـتعمال علامته التجارية على منتجاته أو سلعة أو خدماته وإنما يشمل شبكة من المرخص لهم الآخرين يرتبطون مع المرخص بعقود مماثلة ولذلك ولعدم مـزاحمة أو منافسة المرخص لهم الآخرين طيلة مدة العقد فعلى المرخص أن يعلم المـرخص لـه بذلـك لان مثل هذا ألامر قد يؤثر في قبول أو إقبال المرخص له للتعاقد مع المرخص.

سابعاً: عقد الترخيص من العقود غير المسماة

يمكن تقسيم العقود من حيث تفسيرها أي من حيث تحديد طبيعة العقد وتكملة مـا نقـص من أحكامه الى عقود مسماة وعقود غير مسماة، ويقصد بالعقود المسماة كثـيرة التداول في الحياة العملية وقد خصها المشرع بإسم معين وبنصوص قانونية مسـتقلة تنظم أحكامها كعقد البيع والهبة والإيجار والمقاولة.(158)(الفضلي، ص10) ومـنها أيضـا عقـد الرهن التجاري وعقد النقل وعقد الوكالة التجارية والسمسرة والوسـاطة الـتجارية. أمـا العقـود غير المسماة فهي غالباً عقود غير شائعة في المعـاملات ولـم يخصها المشرع بإسم معين ولم ينظمها بأحكام مستقلة خاصة بها وإنما تخضع للنظريـة العامة في العقود كعقد النشر والحضانة والفندقة مثلاً. وهذه العقـود لا حصر لها؛ لأن الإرادة حرة تستطيع إنشاء ما تريد من العقود في حدود النظام العام والآداب العامة(159)(سلطان، 1987) فما موقع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من هذا التقسيم ؟

ذهـب البعض الى اعتباره عقداً غير مسمى، نظرا لإعتباره مزيجاً من عدة عقـود حسـب الإلـتزامات الـواردة فيـه من إجاره ومقاولة وقرض وتمثيـل تجـاري (160)(حداد، 1998) فإذا تعهد المرخص بتزويد المرخص له بالمادة الأولية التـي تـتكون منها السلع أو المنتجات التي تحمل العلامة التجارية مقابل ثمن معين يمكن تطبيق أحكام البيع من حيث نوعية السلعة أو المنتج وتسليمها وكيفية دفع الثمن

وزمـــان ومكـــان الوفاء. وإذا تعهد المرخص بتسويق أو توزيع جزء من السلع أو المنـــتجات التي اصبح المرخص له يصنعها أو ينتجها والتي تحمل العلامة التجارية المملوكة للمرخص مقابل بنسبة معينة من ثمن البيع فقد يكيف العقد على انه من قبل الوكالـــة بالعمولـــة. ففي مثل هذه الفروض يكون عقد الترخيص باستعمال العلامة الـــتجارية أو اذا نـــصُ فيه على أحد هذه الفروض أو غيرها يعتبر عقد غير مسمى وتطـــبق على كل التزام وارد في العقد المذكور الأحكام الخاصة بالالتزام في العقد الأقـــرب له، فـــي حيـــن ذهـــب البعض الآخر(161)(الحكيم، ص1) الى إعتبار العقد المذكور عقدا قائما بذاته أسوة بغيره من العقود المستحدثة في التعامل التجاري دون الحاجـــة الـــى إســـتحداث قواعد جديدة لتحكمه، ولذا نادى هذا الرأي بتقريب العقد المذكـــور مـــن عقـــد التوزيع التجاري الحصري وبالتالي إخضاع كل شق منه الى الأحكـــام التـــي تطبق على هذا العقد لشيوعه في التعامل التجاري ونظرا لاستقرار القواعد القانونية والاجتهاد القضائي بصدده.

وعقـــد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية في تشريعنا الأردني يعتبر من العقود غير المسماة؛ لأن المشرع الأردني لم يتناول هذا العقد بتنظيم قانوني متكامل بإحكـــام مستقلة خاصة به ومن حيث كيفية إبرامه وتنفيذه وحقوق والتزامات أطرافه وإنقضـــائه وكل ما هناك أنه أجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأحال الى إجـــراءاته وكـــل مـــا يـــتعلق به من امور الى تعليمات يصدرها الوزير وتنشر في الجـــريدة الرسمية بموجب المادة (26/ 2 ، 3) من قانون العلامات التجارية الأردني ألا أنه لم تصدر تلك التعليمات بعد.

وترى الدراسة في هذا الصدد أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو عقد غير مسمى؛ لانه من الصعب حصر أنماط هذا العقد حصرا دقيقا والعلة في ذلـــك تكمـــن فـــي أن محـــل العقد تختلف وتتنوع بإستمرار، فقد يقترن الترخيص باســـتعمال العلامـــــة الـــتجاريـــة بـــنقل المعـــرفـــة الفنيـــة (Know - How) الى المـــرخص له أو بالترخـــيص بإســـتغلال براءة اختراع أو أي حق آخر من حقوق الملكـــية الصـــناعية. وبالتالـــي يجب إخضاعه الى القواعد العامة في العقود.(162)

(القـــانون المدني الاردني،1976) من حيث انعقاده وآثاره من فسخ وتفسير وغيرها من مسائل.

ثامناً: عقد الترخيص من العقود التي تقوم على الإعتبار الشخصي

تنقسم العقود من حيث الإعتداد بشخصية المتعاقدين في العقد الى عقود يعتد فـــيها بشخصية المتعاقدين أو أحداهما ويطلق عليها عقود الإعتبار الشخصي وعقودا لا يعـــتد فيهـــا بشخصيــــة المتعاقدين أو احدهما. (163)(سليم،2000)، فما موقع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من هذا التقسيم ؟

يعـــد هذا العقد من العقود التي تقوم على الإعتبار الشخصي، إذ يعتبر العنصر الشخصي في هذا العقد محل إعتبار عند إبرامه وذلك على أساس أن المرخص له أو المـــرخص لهـــم يجب أن يكونوا محل ثقة المرخص (164)(عمار، 1992) سواء من حيث السمعة التجارية أو المركز المالي للمرخص له، ومن جانب المرخص له فأن شهرة المرخص وسمعته التجارية وشهرة علامته التجارية وقيمتها الأقتصادية محل اعتـــبار للـــتعاقد مع المرخص، وعلى المرخص له الاهتمام بالإعتبارات التالية عند إبرامه للعقد المذكور : (165) (Trade Mark Licensing, p.4,5)

1- مستوى اعتراف السوق بالعلامة المراد الترخيص باستعمالها.

2-الفـــترة الزمنـــية لوجـــود هـــذه العلامة خاصة فيما يخص حمايتها القانونية من الاعتداء عليها.

3-عقود التراخيص الأخرى الممنوحة للغير باستعمال العلامة.

4-هـــل سيمتد استعمال العلامة التجارية المرخص باستعمالها ضمن منطقة جغرافية معينة أم في دول أخرى.

وبـــناءً علـــى ذلـــك لا يجوز للمرخص له منح الغير ترخيصا من الباطن أو التـــنازل عـــن الترخـــيص ولا ينتقل الى الورثة إلا بالاتفاق على ذلك. (166)(قانون العلامـــات التجارية الاردني،1999) وبما أن العقد شريعـــة المتعاقدين فمن الجائز أن يضـــمـــن أطـــــــراف العقد (المرخص والمرخص له) عقد الترخيص باستعمال العلامة ما يشاءون من شروط في حدود النظام العام والآداب العامة سواء من حيث التـــنازل عنه أو الترخيص من الباطن أو انتقاله الى الورثة أو انقضائه بمجرد وفاة

أحدهما وغيرها من الشروط الجائزة. وللمحكمة أن تقرر فيما إذا كان العقد يتضمن إمكانـــية الترخـــيص مـــن الباطـــن أو التـــنازل عنه، اذ العبرة في العقود للمقاصد والمعانـــي لا للألفـــــــاظ والمبانـــي. (167) (القانون المدني الاردني، 1976)

وعلـــى هذا النحو، فإن الدراسة تخلص إلى قول بإن العقد المذكور يعتبر من العقـــود القائمـــة علـــى الإعتبار الشخصي لذلك لا يمكن التنازل عن الترخيص أو الترخـــيص من الباطن أو انتقاله الى الورثة بوفاة أحد أطرافه أو جميعهـــم ما لـــم يكن هناك اتفاقا بعكس ذلك (168)(قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة، 1992) ومـــا يدلل على أن هذا العقد مـــن العقود التي تقوم على الإعتبار الشخصي إنـــــه لا يمكـــن لإي من طرفيـــــه (المرخص والمرخص له) حال حياتهما تنفيذ هـــذا العقد ذو الاعتبار الشخصي إلا بنفسيهما فلا يجوز أن يستند تنفيذه إلى شخص آخر من الباطن.

تاسعاً: رقابة الجودة (Quality Control)

ممـــا لاشك فيه أن الجودة متطلب يتطلع إليه جمهور المستهلكين في كل محل تجـــاري تحمل العلامة التجارية بضائعه أو خدماته. فالمرخص له هو مَن يقع عليه الالتزام باحترام مستوى الجودة في مواجهة جمهور المستهلكين ومن ثم الحفاظ على الســـمعة التجارية للعلامة التجارية التي يستعملها على بضائعه أو خدماته بينما يلتزم المـــرخص بالقـــيام بـــرقابة صـــارمة على المرخص له أثناء تنفيذ عقد الترخيص باســـتعمال العلامـــة التجارية لضمان جودة المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحملها علامته التجارية مما يكفل له حماية علامته التجارية محل هذا العقد. ويتميز العقـــد المذكور عن الأشكال الأخرى من التراخيص في مجال حقوق الملكية الفكرية بوجود متطلب للرقابة على الجودة أثناء استعمال العلامة التجارية من قبل المرخص له.(169)(Hanseop Shin, p.2)

وتعتـــبر رقابـــة الجـــودة من الشروط الموضوعية الواجب توافرها في عقد الترخـــيص باســـتعمال العلامة التجارية في كثير من القوانين المقارنة. ففي القانون الأمريكـــي، فإن الشرط الرئيسي للترخيص باستعمال العلامة التجارية هو أن يراقب المـــرخص طبـــيعة وجوده البضئع أو السلع أو الخدمات باستعمال العلامة التجارية

والتـــي تمـــيزها عن مثيلاتها من البضائع والسلع والخدمات الأخرى. والهدف من رقابـــة الجـــودة هـــو ضمان جودة بضائع أو خدمات المرخص له بما يعادل جودة البضـــائع أو الخدمـــات التـــي تحمـــل نفـــس العلامة التجـــــارية المرخـــــص باستعمالها، فوجود هذه الرقابـــــة يحقق حماية جمهــــور المستهلكيــــن ويـــــــدرأ وقوعـــــه فـــي غـــش أو خـــــداع.(170) (The search for the soures of trade mark licensing, p.2)

ويجب أن تكون رقابـــة الجودة التي تمارس على المرخص له رقابـــة فعلية كافـــية لغايـــات ضـــبط جودة السلع أو البضائع أو الخدمـــــات التي توضع عليها العلامـــــة.(171)(الصغير، 1993) وتستند رقابة الجودة في القانون الأمريكي الى نص المـــــادة (45) من قانون لانهام لسنة 1946.(172) (الصغير، 1993)

ويترتـــب على الترخيص باستعمال العلامة التجارية بدون رقابة الجودة في القانون الأمريكي إعتبار الترخيص والعلامة التجارية في حكم الملغاة، ويعرف قانون لانهام الأمريكي لسنة 1946 العلامة في هذه الحالة على أنها ملغاة أو مهجـــورة أو مهملة وذلـــك لأن الترخـــيـــص بدون رقابـــــة الجـــــودة ســــوف يـــؤدي الى خـــداع وتضـــليل جمهـــور المســـتهلكيـــــن حـــول مصـــــدر المنتجـــــات أو السلــــع أو الخدمات التي تحملها العلامـــة التجــــارية.(173) (The search for the soures of trade mark licensing, p.2)

أمـــا فـــي بريطانيا فإن قيمة العلامة التجارية تعتمد على سمعتها داخل السوق ويحـــتاج مـــالك العلامة التجارية بالتالي الى مراقبة جودة المنتجات والخدمات التي تحمـــل علامـــته الـــتجارية بموجب عقد الترخيص باستعمالها من قبل المرخص له وأفضل وسيلة لتحقيق ذلك هو إدراج بند رقابة الجودة في عقد الترخيص؛ لأن مثل هـــذه البـــنود ســـتوفر مواصـــفـــات للمنـــتجـــات والخدمات يجب أن يتقيد بهـــا المـــرخص لــــه كـــتلك التـــي تحملهـــا العلامـــة الـــتجـاريـــة المرخـــص باســـتعمـــالها.(174) (Trade mark licensing, p.1) وفي القانون البريطاني فأن الترخـــيص بدون رقابة الجودة يرفع عن المرخص المسئولية عن جودة المنتجات أو السـلـع أو الخدمـــات التي تحمل علامته التجارية والتي رخص باستعمالها من قبل

المــرخص لـــه. وقد يشترط المرخص في هذه الحالة على المرخص له أن يبين في عقد الترخيص بأنه هو المنتج للسلعة وأن يضع إسمه وعنوانه على كافة السلع التي تحمــل العلامـــة التجارية كما وقد يشترط المرخص أن يقوم المرخص له بتعويضه مقـــابل أي مطالـــبة أو خســـارة قد تحصل كنتيجة لاستعمال المرخص لـــه علامته التجــــــارية بدون رقابة.(175)(Trade mark licensing, p.2,3)

أمـــا الوضـــع فـــي القوانين العربية بشأن إشتراط رقابة الجودة، ففي قانون العلامـــات والبيانات التجارية المصري لم يضع المشرع المصري الضوابط اللازمة لحمايـــة جمهور المستهلكين إذا ما وضعت العلامة على سلع من صنع المرخص له اقـــل جـــودة أو أحـــط مرتبة من السلع التي تستعمل العلامة في الدلالة عليها.(176) (الصـــغير، 1993)، فـــي حيـــن أن نظام العلامات التجارية السعودي أوجب بموجب المادة (38) منه ضرورة إدراج الشروط التي تستلزمها متطلبات الرقابـــة الفعّالـــة لجودة المنتجات أو الخدمات.(177) (الصغير، 1993)

أمـــا الوضع في القانون الأردني، قد بينت الدراسة مسبقاً أن قانون العلامات الـــتجارية الأردنـــي لـــم يتناول في بداية صدوره حكم الترخيص باستعمال العلامة الـــتجارية وعـــندما أدرك المشـــرع الأردني أهمية الترخيص عدل المادة (26) من القـــانون المذكور بموجب قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999 إســـتجابة لمتطلبات الإنضمام إلى منظمة التجارة العالمية واستجابة لحاجات التجارة والواقـــع العلمي الذي شهد إبرام عقود تراخيص باستعمال العلامات التجاريـــة ذات الشـــهرة الدولـــية وقـــد أجـــاز هذا التعديل مشروعية الترخيص باستعمال العلامة الـــتجارية. إلا أن المشـــرع الأردنـــي لـــم يضـــع الظوابط اللازمة لحماية جمهور المســـتهلكين مـــن الغش أو الخداع الذي قد يقع فيه. ذلك أن حماية مصلحة جمهور المســـتهلكين تعـــد إحدى الأهداف الرئيسية للجودة.(178)(ابـــو ناقوس، 1995) بل أن المســـتهلكين أنفســـهم يطالـــبون دومـــاً بحمايـــة العلامة التجارية للتمييز بين السلع والخدمات وجودتها.(179)(ساجع،2002)

وفـــي ظل القانون الأردني هل تصلح فكرة رقابة الجودة وهي فكرة إبتدعها القضـــاء الأمريكـــي لحمايـــة جمهـــور المســـتهلكين لإقامة التوازن بين المصالح المتعارضة وحماية الجمهور ؟

إن توفـــير حماية لجمهور المستهلكين تتحقق من خلال توفير السلع والمنتجات والخدمات بمواصفاتها القياسية المعتمدة وبالتالي فإن اختلاف درجة الجودة من شأنه خداع وغش جمهور المستهلكين. وفي ظل القانون الأردني لا يوجد ضوابط لحماية جمهـــور المســـتهلكين بموجب قانون العلامات التجارية الأردني، إذ لم يشترط هذا القـــانون رقابـــة الجـــودة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وليس أمام المـــرخص محافظـــة علـــى ســـمعة علامته التجارية الا أن تضمن عقد الترخيص باســـتعمال العلامات التجارية شرطاً مؤداه لزوم مراقبة جودة المنتجات أو السلع أو الخدمـــات التى تحمل علامته التجارية والتى يستعملها المرخص له على منتجاته أو سلعه أو خدماته.

لـــذا تقترح الدراسة على المشرع الأردني أن يضمن قانون العلامات التجارية نصـــاً يقضـــي بأن من حقوق المرخص أن يدرج في عقود الترخيص الشروط التى تكفل له مراقبة جودة المنتجات التي ينطبق عليها الترخيص، نظراً لما لرقابة الجودة مـــن أهمية في تحقيق مصلحة جمهور المستهلكين وحمايتهم من الغش والخداع حول مصدر المنتجات والسلع التي تحمل العلامة التجارية.

ثانيا: كيفية إبرام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

لا شك أن النظرية العامة في العقود التي وردت في القانون المدني من حيث إنشائها وصحتها وآثارها وتفسيرها وإنحلالها تسري على العقود التجارية، حيث أن الأصـــل فـــي العقود أنها عقودٌ مدنية غير إنها تكتسب الصفة التجارية لأنها تتعلق بأعمال تجارية أو للقيام بها من قبل تاجر لحاجات تجارية. ولذا يجب أن يتوافر في عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية الشروط الموضوعية العامة للعقود وهي الرضا الصحيح والمحل الجائز قانوناً والسبب المشروع وإلا كان العقد باطلا.(180)
(القانون المدني الاردني ، 1976)

وكمـــا بينـــت الدراسة عقد الترخيص عقد رضائي ويكتسب الصفة التجارية ولذلـــك فإنه يتحرر من الشكلية إذ أن طبيعية العقود التجارية تحتاج في إبرامها الى الســـرعة نظرا لكثرتها في الحياة التجارية، إذ أن معظم العقود تتم بطريقة المراسلة أو بطـــريق الهاتف أو عن طريق المزايدات والتلكس وهي وسيلة مفضلة في إبرام العقود التجارية التي تحفل بها الحياة اليومية للتجار.(181) (العطير ، 1993)

هـــذا وتجـــدر الإشـــارة هنا إلى أن قانون البينات الأردني قد جعل لوسائل الاتصـــال الحديثة ومنها الفاكس والتلكس والبريد الإلكتروني قوة الإسناد العادية في الإثبات.(182)(قانون البينات الاردني، 2001) ومن المتصور أن يبرم عقد الترخيص عـــن طـــريق الإنترنـــت والـــبريد الإلكتروني وإذا ما أبرم العقد المذكور بالوسائل الإلكترونـــية المذكورة آنفاً فإن قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم (85) لسنة 2001.(183) (الجـــريدة الرسمية، 4524) يطبق حينئذٍ، حيث تطبق أحكام هذا القانون علـــى المعـــاملات التـــي يتفق أطرافها على تنفيذها بوسائل إلكترونية.(184) (قانون المعاملات الإلكترونية الاردني، 2001)

ومـــا يدلـــل علـــى رضـــائية العقد المذكور وتجرده من الشكلية أنه لا يوجد ترخـــيص إجـــباري باستعمال العلامات التجارية، فالقوانين التي أجازت التراخيص باســـتعمال العلامـــات التجارية أشارت في قوانينها الخاصة بالعلامات التجارية الى مسألة التراخيص الإتفاقية باستعمال العلامات التجارية .

ولقـــد حظـــرت إتفاقـــية تريـــبس التراخيص الإجبارية بإستخـــدام العلامات التجارية.(185) (الصـــغير، 1999) والعلة من ذلك أنه لا توجد مصلحة عامة تقتضي وجـــود مـــثل هذه التراخيص للانتفاع بالعلامة التجارية كما أن الترخيص الإجباري للعلامـــة الـــتجارية بالسماح لشخص أخر أو لشركة أخرى باستعمالها قد يكون من شانه تضليل الجمهور حول مصدر السلعة وحمله على الاعتقاد أن مصدرها ما يزال مالكها الأصلي.(186) (محمدين، 2000) هذا بالإضافة الى أن مالك العلامة التجارية كما ترى الدراسة حتى ولو أمتنع عن الترخيص لاستعمال علامته من قبل الغير فإن هـــذا لا يعنـــي أن أصحاب العلامات التجارية الأخرى لن يقوموا بتطوير علاماتهم الـــتجارية لمنافســـة العلامة التجارية التي تعود ملكيتها الى مَن امتنع عن الترخيص

باستعمالها كما أن الشركات المنافسة لها القدرة على ابتكار وتطوير علاماتها التجارية بشكل منافس للعلامة الأولى.

هذا وقد يدخل الطرفان(المرخص والمرخص له) في مفاوضات لمعرفة مدى استعداد كل طرف لقبول شروط الطرف الآخر وقد تنتهي المفاوضات الى مجرد مشروع اتفاق إلى أن يبرم العقد بصورته النهائية.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- مرحلة المفاوضات بين الأطراف المتعاقدة.

ينعقد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد رضائي بمجرد التعبير عن الإرادة بالإيجاب والقبول من طرفي العقد (187)(القانون المدني الاردني، 1976) والإرادة المعتد بها قانوناً هي الإرادة الصادرة من أطراف العقد المتمتعين بالأهلية اللازمة والخالية من عيوب الرضا، والأهلية اللازمة في هذه المرحلة هي أهلية الإدارة.

كما لا بد من كتابة العقد والتوقيع عليه لكي يصبح نافذاً ملزماً لطرفيه.ومضمون مرحلة المفاوضات بين الطرفين(المرخص والمرخص له) هو أن يقوم كل طرف من الأطراف المتعاقدة سواء المرخص أو المرخص له بالبحث عن إمكانية اعتماد وقبول الطرف الآخر للتعاقد، وهذا يتطلب البحث عن مرخص له ملائم وذي ثقة وخبرة ومقدرة وكفاءة مالية وسمعة تجارية لا غبار عليها، وبالنسبة للمرخص له فإن ذلك يتطلب منه أن يجري البحث في مختلف البلدان الكبرى التي من المحتمل استعمال العلامة التجارية فيها وقد يتم ذلك عن طريق الطرفين نفسهما أو بالاستعانة بخدمات المكتب الدولي للبحوث أو بخدمات وكلاء العلامات التجارية.(188) (مجلة حماية الملكية الفكرية، 1994) وفي هذه الحالة فإن آثار تلك المفاوضات لأولئك الوكلاء تكون نافذة وينصرف أثرها الى الأصيل في حدود الوكالة (189)(القانون المدني الاردني،1976)، ومن ناحية أخرى قد تنتهي المفاوضات التي يدخل فيها الطرفان الى إبرام العقد بصورة نهائية. (190)(سلطان، 1987)

ولـذا يـرى بعـض الفقه(191)(موسى، 1973) أنه من الممكن انعقاد العقد مباشـرة فـي العقود التجارية بالنظر لمبدأ الحرية المعتمد في النشاط التجاري وانسـجاما مع السرعـة المتوخاة فيـه كمـا أن التاجر قادر على حماية نفسه اكثر من غير التاجر.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

1- بدء المفاوضات على التعاقد بين الطرفين

إن مرحلة المفاوضات التمهيدية التي تتم بين المرخص والمرخص له تدور في مضـمونها فـي إطار موضوع العقد المزمع إبرامه من حيث وصف السلع أو المنـتجات أو الخدمـات التي سوف تستعمل العلامة التجارية محل العقد عليها وتحديد النطاق الجغرافي للترخيص وتحديد ما إذا كانت العلامة التجارية سوف تسـتعمل علـى بطاقات السلع أو للأغراض الإعلانية أو الترويجية فقط وبيان اللغات التي قد تظهر بها العلامة التجارية وينبغي أن يكون محل تفاوض ونقاش كل المنتجات والخدمات المقترحة والتي سوف تستعمل العلامـة بالارتبـاط بهـا (192) (اختيار العلامات التجارية للاستعمال التجاري،ص25)، ثم التفاوض على الحقوق والالتزامات المتولدة عن العقد فيما إذا تم إبرامه بصورة نهائية وأسباب انقضائه.

وفي مرحلة المفاوضات غالباً ما يكون مالك العلامة التجارية من القوة من الناحية الاقتصادية بحيث يفرض إرادته على المرخص له فيعرض عليه شروطاً يتعيـن عليه قبولها أو رفضها دون مناقشة أو الدخول في مناقشة العقد المقترح مـع المـرخص له بغـية التوصـل الى توازن معقول ومقبول للطرفين.(193) (الجـبوري، 2003) وفـي هـذه الحالـة فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قد يقترب من عقود الإذعان.

2- التراضي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

تم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- عناصر التراضي في عقد الترخيص

الأصـــل فـــي عقـــد الترخـــيص أن ينعقد بالإيجاب والقبول كعقد رضائي ألا أن الأطـــراف قد يتفقون على أن العقد لا ينعقد إلا بعد إفراغه بشكل معين كأن يفرغ فـــي صيغة رسمية أو عرفية مثلاً وفي هذه الحالة يتحول العقد المذكور من عقد رضـــائي الـــى عقد شكلي، أو يتفق الأطراف على أن العقد لا ينعقد ألا بعد دفع القسط الأول أو الدفعة الأولى من المبالغ النقديـــة المتفق عليها فيتحول عندئذ من عقـــد رضائي الى عقد عيني.(194)(ســلطان، 1987) وتم بحث هذه المسألة ضمن موضوعين : أطراف عقد الترخيص ثم شروط صحة التراضي.

1- أطراف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

أطـــراف عقـــــــد الترخـــيص باســـتعمال العلامـــــــة الـــتجاريـــة همـــا المرخص (Licensor) وهو مالك العلامة التجارية والمرخص له (Licensee) وهو الذي يرخص له باستعمال العلامة التجارية.

والعقـــد المذكـــور قد يتم إبرامه بين أشخاص طبيعيين أو بين أشخاص معنويين كالشـــركات التجارية والمؤسسات الخدمية، وقد يكون أحد أطراف هذا العقد من جنسية أخرى تختلف عن جنسية الطرف الآخر.

ولهذا لا بد للدراسة من بيان أطراف هذا العقد :

أولا: المرخص

يقصـــد بالمرخص هو ذلك الشخص (طبيعي أو معنوي) الذي يقوم بمنـــح ترخـــيص باستعمال علامتـــه التجاريـــة بموجب عقد الى شخص أخر (طبيعي أو معـــنوي) بمقـــابل يدفع دفعة واحدة أو على دفعات دورية خلال مدة معينة. ويكثر في الحياة العملية أن يكون المرخص عبارة عن شركة أم لها فروع في دول متعددة ويـــبرم العقـــد بالنـــيابة عن المرخص إحدى هذه الفروع المخول قانوناً بذلك.(195) (حـــداد، 1998) فمثلاً قد يكون المركز الرئيسي للشركة الأم في بريطانيا ولها علامة تجارية مسجلة بها كما أن لها فرعاً في الأردن فيبرم فرع الأردن عقد ترخيص مع

شـــركـــة ســـعوديـــة لاستعمال العلامة التجارية في السعودية. ولكن في حالة وفاة المرخص، فهل حقوقه تؤول إلى ورثته فتثبت لهم ملكية العلامة التجارية ؟

بالرجوع الى قانون العلامات التجارية الأردني لم يرد به حكم خاص يعالـــج مســـألة انتقال ملكية العلامة التجارية الى الورثة إذا توفي المرخص. إلا أنه ونظرا لأن العقد المذكور عقد غير مسمى كما رأت الدراسة فتطبق عليه النظرية العامة في العقـــود وعلـــيه إذا مـــا إستجمع العقد أركانه وتوافرت شروطه إنعقد العقد صحيحاً وترتبت عليه آثاره وأثار العقد تتحدد من حيث نطاقهـــا بالعاقديـــن فلا تنصرف إلى الغير أي قاعدة نسبية أثار العقد.(196)(القانون المدني الاردني، 1976).

أمـــا عـــن مدى انصراف أثر العقد الى الخلف العام أي الورثـــــة، فهذا ما عالجـــته المادة (206) من القانون المدني الأردني حيث قضت بإنصراف أثر العقد إلى المتعاقدين والخلف العام. وهذا هو الأصل إلا أنها استثنت من هذا الأصل ثلاث حالات هي:

أ- إذا وجـــد إتفاق بين طرفين على أن العقد يقتصر أثره عليهما وعدم انصرافه الى الورثة في حال وفاتهما أو حال وفاة أحدهما.

ب- إذا كانت طبيعة العقد لا تتفق وانتقال الآثار المترتبة عليه إلى الخلف العام كما هو الحال في كافة الالتزامات التي يراعى فيها شخصية المتعاقد.

ج-إذا كـــان هناك نص في القانون يقضي بإنقضاء العقد بوفاة أحد المتعاقدين ومثل هـــذا الـــنص لا وجود له في قانون العلامات التجارية الأردني. ولذلك فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية تتصرف آثاره الى ورثة المرخص في حال وفاته ما لم يكن هناك إتفاق بين المرخص والمرخص له يقضي بإنتهاء العقد حال وفاة أحد الطرفين.

وترى الدراسة أن الحقوق المتولدة عن العقد المذكور تنتقل الى الورثة إستنادا الـــى أن حـــق المـــرخص على العلامة التجارية هو حق عيني، فينتقل الحق العيني الثابـــت لـــــه على العلامة للغير بكافة الأسباب لنقل الملكية ومن بينها الإرث(197) (القـــانون المدنـــي الاردني، 1976)، ولذلك ينتقل هذا الحق إلى الورثة في حال وفاة المرخص تطبيقا للقواعد العامة في إنتقال حق الملكية.

ثانيا: المرخص له

وهو الطرف الثاني الذي يكون له بموجب عقد الترخيص الحق في استعمال العلامـــة الـــتجارية محـــل العقد وهو قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا وسواء كان شخصا واحدا أو عدة أشخاص.

أما بشأن إنتقال الحقوق المتولدة عن العقد إلى الورثة في حال وفاة المرخص لـــــه ، فكمـــا بينـــت الدراســـة مســـبقا فأن المرخص له صاحب حق شخصي في الترخيص، فحقه هذا غير قابل للإنتقال إلى الغير وينتهي بمجرد إنتهاء المدة المحددة للعقد أو بوفاته ما لم يتفق على خلاف ذلك لأنه من الجائز الإتفاق على أنه في حال وفـــاة المرخص له تنتقل حقوق العقد إلى ورثته فعندئذ يعمل بهذا الإتفاق طالما أنه محـــل إتفـــاق الطرفيـــن. والأصـــل أن تتم المفاوضات حول شروط العقد المذكور وأحكامـــه بيـــن الطرفيـــن (المرخص والمرخص له) إلا أنه قد يتدخل في مرحلة المفاوضات أشخاص آخرون الى جانب الطرفين الأصليين.

وعلـــيه فـــإن المفاوضـــات التمهـــيدية حـــول شروط العقد وأحكامه قد تتم بصـــورتين، أولهمـــا قد تتم بصورة مباشرة أي بين المرخص والمرخص له. وقد تـــتم بصورة غير مباشرة أي بين وكلاء أو مندوبين أما عن الطرفين كليهما أو عن أحـــد الطرفين. ففي هذه الحالة فأن آثار تلك المفاوضات لأولئك الوكلاء تنصرف الـــى الأصيل سواء كان المرخص أو المرخص له في حدود الوكالة الممنوحة لكل منهم.(198)(القانون المدني الاردني،1976)

2- شروط صحة التراضي

حـــتى يتوفر ركن التراضي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يجب أن يكون الرضا صحيحاً ويكون التراضي صحيحاً اذا صدر التعبير عن الإرادة بالرضـــا مـــن شـــخص تتوافر له الأهلية اللازمة وأن يكون خالياً من العيوب والمشـــرع الأردنـــي لـــم يضع قواعد لذا تطبق عليه القواعد العامة في العقود الواردة في القانون المدني الأردني.

أولاً : الأهلية

تبحث الدراسة في تحديد الأهلية اللازمة لإنعقاد العقد المذكور بالنسبة لكلا الطرفين (المرخص والمرخص له) وتفرق الدراسة في هذا الصدد بين حالتين :

الحالـــة الأولى : إذا كان الطرفين المتعاقدين أشخاص معنوية سواء من القطاع العام أو مـــن القطـــاع الخـــاص كالشركات التجارية والمؤسسات الصناعية والمؤسسات الخدمـــيـــة كما هو الحال اذا ما كنا بصدد العلامات التجارية الجماعية (199)(قانون العلامـــات الـــتجارية الاردنـــي،1999) التي يستعملها شخص معنوي، ففي هذه الحالة يبحث في سلطة من يمثلها في التعبير عن الإرادة.

الحالـــة الثانـــية : إذا كانـــت الأطراف المتعاقدة أشخاص طبيعية كما لو أبرم عقد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية بين تجار ففي هذه الحالة فإن الأهلية اللازمة لإبـــرام هـــذا العقـــد هي أهلية الإدارة وليست أهلية التصرف بإعتباره صورة من الإيجار.(200)(ابو السعود، 1986)

وبمـــا أن العقـــد المذكـــور من عقود المعاوضات وهو كذلك من التصرفات الدائـــرة بين النفع والضرر فينعقد صحيحاً نافذاً من كامل الأهلية وكذلك من الصبي الممـــيز المـــأذون له بالإدارة والتجارة وكذلك المحجور عليـــه المأذون له بالإدارة حسب القواعد العامة في الأهلية.(201)(القانون المدني الاردني، 1976)

أما تصرف الصبي المميز غير المأذون فينعقد عقد الترخيص صحيحاً ولكنه غـــير نافذ فيبقى موقوفاً على إجازة الولي أو الوصي والصبي بعد بلوغ سن الرشد القانونـــية.(202) (القانون المدني الاردني، 1976) وبما أن العقد من عقود الإدارة فإنه يكـــون صـــحيحاً مـــن الوصي أو الولي دون اذن خاص بإعتبارة من أعمال حفظ الاموال وصيانتها.(203) (القانون المدني الاردني، 1976)

ثانياً : عيوب الإرادة

تطبق القواعد العامة في عيوب الإرادة على عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، لأن المشرع الأردني لم يورد لها تنظيماً خاصاً في العقد المذكور وعيوب الإرادة فـــي القـــانون المدني الأردني هي الإكراه والتغرير مع الغبن والغلط.(204) (القـــانون المدني الاردني، 1976) وتكاد هذه العيوب تختفي كأسباب لبطلان التعاقد في

العقـــود التجارية فلا يقع التاجر بسهوله في غلط في محل العقد أو تحت تأثير الغش أو التدليس نظراً للخبرة التي يتمتـــع بها في مجال تجارته وفي عقوده التي اعتادها لمعاملاته التجارية.(205)(القليوبي، 1987)

ومن المتصور عملاً ان يقع احد اطراف عقد الترخيص تحت تأثير أي عيب من عيوب الارادة وفي هذه الحالة تطبق الاحكام القانونية الواردة في القانون المدني فيما يتعلق بالاثر المترتب على عيوب الارداة.

ب- كيفية التراضي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يقصـــد بذلـــك صـــورة التعبـــير عن الإرادة وذلك عند بدء مرحلة المفاوضات التمهيدية والتعبير عن الإرادة في هذا الصدد قد يكون صريحا كأن تطلب شركة أردنـــية فـــي مجال الخدمة الفندقية من شركة بريطانية الترخيص لها باستعمال علامـــتها الـــتجارية فـــي هذا المجال لمدة معينة ووفق شروط معينة فإذا أبدت الشركة البريطانية موافقتها على ذلك بشكل صريح لا يدع مجالاً للشك.

وقد يكون ضمنياً، وففي العقود التجارية يسهل استخلاص رضاء المتعاقد فالســكوت كقاعدة عامة لا يعتبر قبولاً ومع ذلك يعتبر السكوت قبولاً في بعض العقـــود التجارية كما لو كان هناك علاقات ومعاملات مستمرة بين المتعاقدين، فـــأن العرض المقدم من أحدهم في حدود معاملاتهم المعتادة قد ينصرف مفهومه الى إلزام الطرف الآخر بالاعتراض عند عدم قبولـــه، بمعنى أنه إذا لم يعترض فإنـــه يعتبر موافقـــاً على هذا العرض.(206) (القليوبي، 1987) وقد يكون التعبير عـــن الإرادة عـــند الدخول في مرحلة المفاوضـــات بين الطرفين شفـــوياً أو كتابياً (207)(القانون المدني الاردني،1976)

أمـــا عن كيفية توافق إرادتي الطرفين في مرحلـــة المفاوضات التمهيديـــة فالأصل أن يتـــم التعاقد في مجلس واحـــد، عندمـــا يجتمـــــع الطرفيـــــن (المـــرخص والمرخص له) أو من ينوب عنهـــم، فيتفاوضان ويتناقشان حول شـــروط العقـــد وأحكامـــــه حتى يصلا الى إبرام العقد ثـــم يقوما بكتابة العقد والتوقيع عليه (208) (موسى،1973)

وفي صدد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فإنه :

أ- قد تتم المفاوضات حول شروط العقد وأحكامه بين الأطراف المتعاقدة الأصليين (المرخص والمرخص له).

ب- قد تتم بصورة غير مباشرة بين مندوبين أو وكلاء العلامات التجارية وهنا نطبق القواعد الخاصة بالوكالة المقررة في القواعد العامة.

ج- قد يتم التفاوض بين غائبين بطريق المراسلة أو بطريق الهاتف أو بواسطة شريط مسجل(209)(سلطان، 1987) وبطريق الفاكس والتلكس(210)(العطير، 1993) والإنترنت.

والتفاوض بإحدى وسائل الاتصال المتقدمة يثير التساؤل عن مكان وزمان ارتباط الإيجاب بالقبول على وجه يثبت أثره في المعقود عليه.

جاء في المادة (101) من القانون المدني الأردني أنه : (إذا كان المتعاقدان يضمهما حين العقد مجلس واحد يعتبر التعاقد قد تم في المكان وفي الزمان اللذين صدر فيهما القبول ما لم يوجد اتفاق أو نص قانوني يقضي غير ذلك). وعليه فإن المشرع الأردني أعتبر زمان ومكان إبرام العقد بين غائبين أي في حالة التعاقد بطريق المراسلة هو زمان ومكان صدور القبول. وفي حالة أن التعاقد تم بواسطة مندوب يكلفه أحد الطرفين بمفاوضة الأخر فيعتبر العقد في هذه الحالة ناشئاً في الوقت وفي المكان اللذين صدر فيهما القبول ممن وجه إليه الإيجاب (211) (عيد، 1968)، أما العقد الذي ينشأ بالمخاطبة الهاتفيه فيعتبر بمثابة العقد الحاصل بين أشخاص غائبين بالنسبة لمكان العقد أما فيما يتعلق بالزمان يعتبر هذا العقد كأنه تم بين حاضرين في مجلس واحد.(212)(القانون المدني الاردني، 1976)، وذلك لأن التعاقد بالهاتف لا يستغرق زمنا طويلا بل يفترض أن طرفيه يضمهما مجلس عقد واحد في هذا الشأن.(213)(العطير،1993)

ويمكن تطبيق الأحكام السابقة فيما يخص التعاقد بين غائبين بالمراسلة على التعاقد بواسطة الفاكس والتلكس والإنترنت باعتبارها نوعا من المراسلات لذا فإن مكان وزمان انعقاد العقد هو زمان ومكان صدور القبول. وهذه النصوص وأن وردت في القانون المدني الأردني إلا أن المجال الطبيعي لتطبيقها هو العقود

الـتجارية التـي تـتم بالمراسلة أو بالهاتف أو بين غائبين بأي وسيلـة من وسائل الاتصال الحديثة لأن الحياة التجارية قائمة على السرعة والثقة.

كما أن القاعدة العامة في العقود المدنية والتجارية هي الرضائية إلا أن مجال هـذه الرضـائية يتسع في العقود التجارية عنها في العقود المدنية، إذ كثيرا ما يجد المشـرع فـي العقود المدنية مصلحة في اشتراط شكل خاص لصحة انعقاد العقد أو تطلـب شروط معينة بالنسبة لأطراف التعاقد أو فرض نظام خاص يجب اتباعه عند إجـراء بعـض العقود ويلجأ المشرع المدني إلى فرض مثل هذه القيود والشروط، بقصد حماية المتعاقدين في بعض العقود ذات الأهمية التي ترتب آثاراً معينة بالنسبة لعاقديها كعقود الهبة والعقود التي ترد على العقارات، أما في مجال العقود التجارية فـإن مـثل هـذه الاشتراطات الشكلية تكاد تنعدم نظراً لطبيعة هذه العقود وسرعة إجـرائها عـلاوة علـى كثرتها في الواقع العملي وتتم أغلبيتها بطريق المراسلة أو الهـاتف أو مـا يماثلهـا مما يقتضي هذه السهولة(214)(القليوبي، 1987) وقد تنتهي المفاوضـات التـي يدخل فيها الطرفان إلى الوصول الى عقد نهائي وبالتالي يوقعه الطـرفان ويكـون ملزماً لهما أو قد تنتهي الى مرحلة سابقة على العقد النهائي دون الوصـول إلـى اتفـاق بشأن الموضوع الذي كانت تدور حوله كما لو انسحب أحد الطرفين من المفاوضات.

وفـي الحالة الأولى أي حالة الوصول إلى إبرام العقد النهائي لا مشكلة لأن العقـد يكون ملزماً لطرفيه وأي إخلال به يؤدي الى قيام المسئولية العقدية. أما في الحالـة الثانـية أي إذا لـم يتوصل الطرفان أثناء المفاوضات الى مثل هذا الإبرام النهائـي للعقد فهل المرحلة السابقة على العقد النهائي هي وعد بالتعاقد أم هي عقد ابتدائي ؟

يـرى البعض أن المفاوضات التي تنتهي إلى مرحلة سابقة على العقد النهائي تعد من قبيل الوعد بالتعاقد فتطبق أحكامه عندئذ، لأن الوعد بالتعاقد هو عقد كامل لا مجـرد إيجـاب ولكنه يبقى عقداً تمهيديـاً لا عقداً نهائيـاً.(215)(السنهوري،1966) فـالواعد (المـرخص) يكون ملزمـا إذا ما أبدى الطرف الثاني (المرخص له) رغبـته في إتمام العقد. ويلاحظ هنا أن كل من الإيجاب والقبول لم ينصبا إلا على

مجـــرد الوعــد بالترخيص باستعمال العلامـــة التجارية ولذلك فأن هذه المفاوضات تكون مرحلة دون مرحلة التعاقد النهائي.(216)(القـــانون المدني الاردني، 1976) ولكن هل من الممكن إعتبار هذه المفاوضات السابقة على العقد النهائي بإنها عقد ابتدائي ؟

تـــنص المادة (105/ 1) من القانون المدني الأردني على أن : (الأتفاق الذي يتعهد بموجبه كلا المتعاقدين أو أحدهما بإبرام عقد معين في المستقبل لا ينعقد إلا إذا عينـــت جمـــيع المسائل الجوهريـــة للعقد المراد إبرامـــه والمدة التي يجـــب إبرامه فيها). وبذلك فإن المفاوضات السابقـــة على العقد النهائـــي إذا ما وصفت بأنهـــا عقـــــد إبتدائي يشترط فيهـــا ما يلي : (217)(سلطان، 1987)

1- الرضـــا الصـــادر عن ذي الأهلية وتقدر الأهلية وعيوب الإرادة بالنسبة للواعد وقت صدور الوعد.

2- المسائل الجوهرية للعقد المراد إبرامه.

3- المدة إذ يجب أن يحدد مدة معينة لإبرام العقد.

وعلـــى هذا النحو، فإن التكييف القانوني للمفاوضات السابقة على إبرام العقد النهائـــي بيـــن الطرفيـــن (المرخص والمرخص له) وهل هو وعد بالتعاقد أم عقد إبتدائـــي يعـــتمد علـــى معيار مضمونـــه النظر الى مدى إتفاق الطرفان على جميع شـــروط العقـــد المراد إبرامـــه مع تحديد اجل للعقد النهائـــي ومدى شمول الالتزام لـــتلك المفاوضات السابقـــة للمرخص والمرخص له. وعليه إذا ترتب الالتزام على أحد الطرفين كأن يتعهد المرخص بإبرام عقد الترخيص فإنه يعد عقداً ملزما لجانب واحـــد وبالتالـــي يعتـــبر وعـــداً بالـــتعاقد في حين لو ترتب الالتزام على الطرفين المتعاقدين معاً يكون ملزما للجانبين وبالتالي يعتبر عقداً ابتدائياً.

وتعتـــبر مرحلة المفاوضات التمهيدية هامة من الناحية العملية، لأنه يرجع إلـــيها بشـــأن تفسير الإرادة المشتركة للمتعاقدين(218)(الجبوري،2003)، ومن ناحية أخـــرى فـــإن عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود حسن النية ففي مـــرحلة المفاوضـــات إذا مـــا أحدث أي من الطرفين (المرخص أو المرخص له) تصـــرفاً خـــلاف مـــا يوجـــبه مبدأ حسن النية في التفاوض خاصة إذا ما علمنا أن الـــتفاوض قد يتم بصورة غير مباشرة عن طريق الوكلاء. وقد يطلع المستشارون

ســـواء أكـــانوا مستشارين فنيين أو قانونيين وقد يكون محلا للتفاوض بين الطرفين مســـائل فـــي غايـــة من الأهمية فيما يخص العلامـــة التجاريـــة المراد الترخيص باســـتعمالهـــا ومـــن هـــذه المسائل الهامـــة (219)(اختيار العلامات التجارية للاستعمال الـــتجاري، ص25) : المواد الخام التي صنع منها المنتج التي يحمل العلامة التجارية، مـــدى انطـــباق الوصـــف ذاته على السلع وعلى الخدمات ، شهرة العلامة التجارية دولياً، تحديد جمهور المستهلكين والمنتفعين بالسلع والمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة التجارية. فإذا ما وقع تصرف من قبل أحد الأطراف فما مدى مسئوليته عن هـــذا التصـــرف كما لو قام بتقليد العلامه أو تزويرها اعتمادا على المعلومات التي وصلت إليه من خلال المفاوضات مع المرخص ؟

للإجابة على هذا السؤال، تميز الدراسة بين ثلاثة أمور :

أ- إذا وقع مثل هذا التصرف من قبل الموعود له (المرخص له) في حالة الوعد بالـــتعاقد قـــبل إبـــداء المرخص رغبته في إبرام العقد فإنه يعد مسئولاً مسئولية تعاقديـــة لأنه قد أخل هنـــا بالالتزامات والحقوق الشخصـــية التي رتبـــها عقد الوعد(220) (سلطان، 1987) وفـــي حالـــــة أمتنـــع الواعـــد (المرخص) بعد قـــبول الموعود له (المرخص له) العقد النهائي عن الوفاء بالتزامه من تحرير العقـــد موضـــوع الوعد جاز للموعود له اللجوء الى القضاء الذي يحكـــم لـــه بثبوت العقد الذي توافرت أركانـــه.(221)(القانون المدني الاردني،1976)

ب- فـــي حالـــة التوصل الى إبرام عقد ابتدائي وتم تكييف المفاوضات السابقة على إبرام العقد النهائي بأنها عقد ابتدائي فإن أي تصرف من قبل أحد الطرفين ستقوم به المسؤولية العقدية في جانبه.

ج- اذا قـــام أحـــد الطرفيـــن أو كلاهمـــا بتصرف من شأنه أن يضر بالآخر أثناء المفاوضـــات كما لو توصل الطرفان إلى مشروع لإبرام العقد النهائي و يجوز لأي طـــرف العـــدول عنه والعدول وحده لا يؤدي الى مسئولية من عدل إلا إذا إقـــترن بخطـــأ فيســـأل صـــاحبـــه على أساس المسؤولية التقصيـــــرية(222) (الســـنهوري،1966) والخطأ قد يتمثل في عدم توافر النية الجدية للتعاقد لدى من

عدل أو عدم أخطار الطرف الآخر بالعدول في وقت ملائم حتى يوفر على نفسه ما بذل في سبيل إعداد مشروع العقد من جهد ومال.(223)(سلطان،1987)

ب- مرحلة الإبرام النهائي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

إذا مـــا وصلت المفاوضات التي يدخل فيها الطرفان مرحلة الإبرام النهائي للعقد فيصـــار إلـــى كتابـــته والتوقـــيع عليـــه وتتضمن هذه المرحلـــة اقتران القبول الصادر من المرخص له بالإيجاب البات الصادر من المرخص ويشترط فيه أن يكـــون قائماً وأن يطابق القبول الإيجاب مطابقة تامة(224) (القانون المدني الاردني، 1976)، كما تتضمن بيان موضوع الإتفاق حيث يتحدد على ضوئه كتابة العقد. وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

أولاً: كيفية إعداد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يقصـــد بـــإعداد العقـــد المذكـــور إعطـــاء إتفـــاق الطرفيـــن (المرخص والمـــــــرخص له) الصبغة القانونيـــة اللازمـــة ليرتب آثاره القانونيـــة من حيث الحقـــوق والالـــتزامات الناشئة عن هذا الإتفاق(225)(الجبوري، 2003) ولكي يرتب إتفاق الطرفين آثاره القانونية لا بد من معرفة متى يقترن الإيجاب والقبول ببعضهما الـــبعض وما هو مضمون العقد الذي اتجهت إرادة الطرفين الى إبرامه بصـــــــورة نهائية ؟

1- إقتران الإيجاب بالقبول.

لا يـــنعقد عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بصورة نهائية إلا إذا أتى القبول الصادر من المرخص لـــــه مطابقا للإيجاب الصادر من المرخص تمام المطابقـــة (226)(القـــانون المدنـــي الاردنـــي،1976) وأن يصدر القبول قبل سقوط الإيجـــاب وإلا أعتبر إيجابا جديداً (227) (القانون المدني الاردني،1976) وعلى من وجه إليه الإيجاب أن يصدر قبوله فوراً بمجرد صدور الإيجاب وعلمه به(228) (الســـنهوري، 1966) وإذا عين ميعاد للقبول على الموجب أن يلتزم بالبقاء على إيجابه الى أن ينقضي هذا الميعاد.(229) (القانون المدني الاردني،1976)

ولا بـــد مـــن مطابقـــة القبول للإيجاب عنـــد توقيع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية مطابقة تامة. أمـــا إذا إختلف القبول عـــن الإيجاب بـــأن زاد عليه أو نقص فيـــه أو عدله أعتبـــر هذا القبول رفضـــا يتضمـــن فـــي نفـــس الوقـــت إيجابا جديداً (230) (القانون المدني الاردني،1976)، غيـــر أنـــه فـــي بعض الأحيان قـــد يتفـــق الطرفان على المسائل الجوهريـــة فـــي العقـــد المذكـــور كالإتفـــاق علـــى العلامـــة التجاريـــة محل العقد والمراد استـــعمالهـــا وبدل الترخيص المتفـــق عليـــه والكيفيـــة التي يدفـــع بهـــا وشـــرط رقابـــة الجـــودة وغـــيرها مـــن المســـائل ولا تبقـــى إلا المسائل التفصيليـــة، فهل يعتبر عقـــد الترخيص منعقداً قبل الإتفاق على هذه المسائل أم لا ؟

للإجابة على هذا السؤال تفرق الدراسة بين ثلاث حالات:

الحالة الأولى : أن يتفق الطرفان على كل المسائل الجوهرية التي تفاوضا فيها وألا يتعرضا إلى المسائل التفصيلية، ففي هذه الحالة يعتبر العقد المذكور قد انعقد لإن نية الطرفيـــن إتجهـــت إلى الأخذ بالعرف أو بالقواعد المكملة أو المفسرة التي أوردها المشـــرع فـــي شأن هذا العقد(231) (القانون المدني الاردني،1976) كالقواعد الخاصة بالمـــنطقة الجغرافية التي تستعمل فيها العلامة التجارية والمدة الزمنية التي تستعمل خلالها العلامة التجارية وبدل الترخيص وطريقة دفعه .

الحالـــة الثانـــية : أن يتم الإتفاق على بعض المسائل الجوهرية دون البعض الآخر منها، ففي هذه الحالة لا ينعقد العقد المذكور كما أنه لا ينعقد العقد إذا تم الإتفاق على جميع المسائل الجوهرية وتناقش وتفاوض الطرفان في المسائل التفصيليـــة دون أن يصلا الى إتفاق بشأنها.(232) (القانون المدني الاردني،1976)

الحالـــة الثالـــثة : إذا إتفـــق الطرفان على إرجاء التفاوض والنقاش حول المسائل التفصـــيلية إلى حين تنفيذ العقد، ففي هذه الحالة يعتبر العقد المذكور قد انعقد بمجرد الإتفاق على المسائل الجوهرية.

ولكـــن هل يعتبر سكوت المرخص له من قبيل القبول الصادر منه يؤدي إلى إبرام عقد الترخيص بصورة نهائية أم لا ؟

كقاعدة عامه أن السكوت لا يعتبر قبولاً؛ لإنه عدم والعدم لا ينبئ بشيء (233)(سلطان،1987)، فالأصل أنه لا ينسب إلى ساكت قول(234) (القانون المدني الاردني،1976)، على أن السكوت قد يعتبر قبولاً إستثناءً من الأصل في حالتين :

أ- يعتبر السكوت قبولاً في معرض الحاجة لإنه في هذه الحالة يعتبر بيان.(235) (القانون المدني الاردني،1976)

ب-يعتبر السكوت قبولاً إذا كانت هناك ظروف معينة تدل على القبول كما لو كأن هناك تعامل سابق بين المتعاقدين واتصل الإيجاب بهذا التعامل أو تمخض الإيجاب لمنفعة من وجه إليه.(236) (القانون المدني الاردني،1976)

2- مضمون العقد

يقصد بمضمون العقد الكيفية التي يتم بموجبها إختيار الطريقة المثلى لإفراغ مضمون ما تم الإتفاق عليه في العقد بين الطرفين. وتحديد النطاق التعاقدي في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، يعني في نهاية المطاف بيان شروط العقد المذكور وأحكامه سواء من حيث العلامة التجارية محل هذا العقد، وبيان الإلتزامات الملقاة على عاتق طرفي العقد، وبيان حقوق كل طرف وتحديد المنطقة الجغرافية للترخيص، والبدل الذي يدفع مقابل استعمال العلامة التجارية محل العقد، والكيفية التي يدفع بها وهل يدفع دفعة واحدة أم على دفعات دورية وأسباب إنقضاء هذا العقد، وفيما لو ثار نزاع بعد إنتهاء مدة العقد فقد يتفق الأطراف على إحالة كافة النزاعات الناشئة عند إنتهاء العقد الى التحكيم .

ثانياً : كتابة عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يمكن وصفة بأنه بمثابة القانون الذي يحكم العلاقة القانونية بين الطرفين (المرخص والمرخص له) بما يتضمنه من شروط وأحكام كانت محل تفاوض ونقاش بين الطرفين كل ذلك بحدود النظام العام والآداب العام. ولذلك فإن العقد المذكور يتضمن ديباجة وتعاريف خاصة بالمصطلحات المعتمدة فيه ويضم أخيراً تحديداً لموضوعه مثله كمثل القانون العادي،

ذلــك أن أي قانون له أعمال تحضيرية ويرد به بند خاص بالتعاريف ثم ينقل لبيان الأحكام الواردة في موضوع القانون.

أ- ديباجة العقد

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية باعتباره عقداً تجاريا يستهل بديباجة تبيــن أهدافه وتبين خبرة المرخص والمرخص له وللديباجة أهميــة في التعرف علــى النــية الحقيقية المشتركة بين الطرفين (المرخص والمرخص له) وتفسير بــنود العقد اذا لم تسعف هذه البنود لتلك النية. أما عن إلزامية هذه الديباجة، فقد يــتفق الطــرفان أن ما ورد في الديباجة بل أن المفاوضات الأولية هي جزء من العقــد ومــثل هــذا الاتفاق جائز. ويرى البعض أن ديباجة العقد هي الانعكاس الدقيق والحقيقي لإرادة المتعاقدين(237)(الجبوري، 2003)

ولقد أورد الدكتور ماجد عمار مثالاً لنموذج عقد ترخيص باستعمال علامــة تجاريــة وصاغ فيه ديباجة العقد بالشكل التالي : (238)(عمار،1987) أنه في يوم .... قــد تحــرر هــذا العقــد بين .... ومقرها الرئيسي في .... بالولايات المتحدة الأمريكية (طرف أول) وبين......مقرها الرئيسي في .... بلجيكا (طرف ثان) حيث أن الشركة الأمريكية قد طورت عدة طرق وإجراءات ووســائل فنــية مستخدمة في صناعة وتخزين ونقل السماد وأن الشركة البلجيكية ترغــب في اكتساب المعرفة الخاصة بهذه الطرق والإجراءات والوسائل الفنيــة وذلك بخصوص اتفاق ترخيص للمعرفــة الفنية والعلامة التجارية.

ب- التعاريف الواردة في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يذكــر في بدايــة أي عقد تعاريف للمصطلحات الواردة فيــه، وعقد الترخيص باســتعمال العلامــــة الــتجاريــة كغــيره مــن العقـــود يرد فيه بند يسمى (تعاريف) لتوضيح المقصود بالمصطلحات الواردة فيه. ومن الأفضل كما يرى البعض أن تكتب هذه التعاريف بلغة الطرفين أو الأطراف المتعاقدة كي يكون من اليســير تجاوز أي نزاع أو خلاف حول مضمونها وكيفية تنفيذها (239)(الجبوري، 2003)

ولقد أورد الدكتور ماجد عمار نموذجاً لعقد ترخيص للمعرفة الفنيــة والعلامة الــتجارية، حيث جاء في هذا العقد بنودا تتمثل في تعاريف للمصطلحات الواردة فــي العقــد ومــن ذلك (240)(عمار،1987) : يعتبر ذلك بمثابة العلامة التجارية للشــركة الأمريكــية وهي العلامة المسجلة في الولايات المتحدة وكندا وأن طلب تســجيل العلامة التجارية المذكورة قد أودع في بلجيكيا. ومنها لفظ(السماد) كما هــو مذكور في هذا العقد يجب تفسيره على أنه المنتجات التي يغطيها هذا اللفظ الشامل بشكل عادي والتي تصنع الآن بواسطة الشركة الأمريكية. وأن لفظ (سنة الــتعاقد) كمــا هو مستخدم في هذا العقد يجب أن يعني الفترة السنوية ابتداءً من التاريخ المذكور أعلاه في ديباجة العقد حتى التاريخ السنوي التالي له وكذلك كل فترة سنوية لاحقة. وتعتبر ديباجة العقد بما ورد فيها وتعاريف العقد الواردة فيه بمثابة روح العقد وخلاصته.

ج- موضوع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يقصــــد بموضــــوع العقــــد مــــا تــــم الاتفــــاق علــــيه بيــــن الطرفيــــن (المــرخص والمــرخص له)، ويتضــمن موضوع العقد المذكور مسائل دقيقة وجوهرية وهو يتضمن شروط العقد وأحكامه التي كانت محل تفاوض ونقاش بين الطرفين.

وعلــى هذا النحو، يجب أن يقوم بصياغة عقد الترخيص باستعمال العلامة الــتجارية أشخاصا ذوي خبرة في مجال إعداد عقود التراخيص باستعمال العلامات الــتجارية كمــا هو الحال في الخبراء القانونيين ولا بد من توخي الدقة اللغوية في ألفــاظ ومصطلحات وعبارات العقد فلا بد أن يكون العقد المذكور محكماً من حيث صياغته القانونية واللغوية.

وبعــد أن انتهت الدراسة من بحث الترخيص باستعمال العلامة التجارية كعقد لــه نظامه القانوني الذي يحكمه، تنتقل الدراسة لبحث موضوع يتصل اتصالا وثيقا بهذا العقد وهو محل عقد الترخيص وتمييزه عن غيره من التصرفات القانونية.

الفصل الثالث

محل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وتمييزه عن غيره من التصرفات القانونية

The Subject Matter of the Trade Mark License

إن محـــل عقـــد الترخيص يتجسد في الواقع بحق استعمال العلامة التجارية والإنـــتفاع بهـــا مـــن خـــلال السماح للمرخص له بذلك، إذ يستلزم إنتقال الحق في اســـتعمال العلامة التجارية إبرام عقد ترخيص اتفاقي بموجبـــه يخول المرخص له اســـتعمال العلامـــــة الـــتجارية العائدة ملكيتهـــا للمرخص، لذا لا بد من أن تكون العلامـــة الـــتجارية مســـجلة، حيـــث لا وجود لذلك الحق بغير وجود تلك العلامة التجارية، ثم أن ذلك الحق هو الذي يجعل منها مالاً ويجعلها صالحة لأن تكون محلاً للتعاقد.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن المواضيع التالية :

اولاً: محل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

تم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

أ – الترخيص باستعمال علامة تجارية مسجلة

وفـــي هذا البند تم بحث مجموعـــة من النقاط هي : وضع الترخيص باستعمال العلامـــة التجارية عن الحق في العلامة ذاتها، وضع الترخيص باستعمال علامة تجاريـــة باطلـــة أو منتهية المدة، الترخيص باستعمال العلامة التجارية في حالة انتقال ملكية العلامة الى الورثة.

1- الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتميز عن الحق في العلامة ذاتها

العلامـــة التجارية تعد مالاً منقولاً معنوياً ترد على شيء غير مادي، لأنها نتاج الذهـــن ووليدة الابتكارات العقلية فهي أقـــــرب إلـــى شخصية المبتكـــر.(241) (محـــرز، 1987) والعلامة التجارية إحدى عناصر الملكية الصناعية والتجارية

والترخيص باستعمالها أمر مشروع ولا يخالف النظام العام.

وحتى تميز الدراسة الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن الحق في العلامة ذاتها لا بد أن تبين التكييف القانوني للحق في ملكية العلامة التجارية؛ لأنه كما بينت الدراسة مسبقاً فإن حق المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص هو شخصي فحسب وهو تمكينه من الانتفاع بالعلامة التجارية في حدود شروط العقد. والصفة الشخصية لهذا الحق إلى جانب كونه محدد المدة مع بقاء الحق لمالك العلامة التجارية وحده في رفع دعوى التقليد كل ذلك من شأنه أن يقرب بين عقد الترخيص وعقد الإيجار كما رأت الدراسة ذلك في حينه.

وبشأن التكييف القانوني لطبيعة الحق على العلامة التجارية محل عقد الترخيص، فلقد تعددت الأراء حول هذا التكييف. فقد حاول جانب من الفقه إدراجها ضمن طائفة الحقوق الشخصية إستناداً لما فيها من جوانب تتعلق بالشخصية كالحق في السمعة والشهرة التجاريتين.(242) (الفتلاوي، 1984)، إلا أن هذا الرأي لا يسلم من النقد لأن الحق على العلامة التجارية لا يمارس تجاه مدين معين وإنما هو أقرب إلى استغلال فكر ما أو أثر من الآثار الذهنية لما يتطلب الحق الشخصي الى وجود رابطة قانونية ين شخصين على الأقل يطالب أحدهما الآخر بالقيام بعمل أو الأمتناع عنه أو بنقل حق عيني.(243) (القانون المدني الاردني، 1976) وهو ما لا يتوفر في الحق على العلامة التجارية لأن العلاقة تكون بين شخص وعلامة تجارية وليس بين شخصين دائن ومدين. (244)(الاسمر، 1986)

وقد رأت الدراسة عند الحديث عن الحق الشخصي من حيث تعريفه الوارد في القانون المدني الأردني فإنه لا بد من وجود مدين معين يلتزم تجاه الدائن. أي لا بد من تحديد شخص المدين ابتداءً وهذا ما لا يتوافر في الحق على العلامة التجارية إذ لا يوجد مدين معين يمكن إلتزامه تجاه الدائن منذ بداية الإلتزام وبالتالي يخرج الحق على العلامة التجارية من دائرة الحقوق الشخصية.

وإزاء ذلـــك حاول جانب آخر اعتبار الحق على العلامـــة التجاريـــة من قبـــيل الحقـــوق العينيـــة إستناداً الى التشابـــه بين الحقين فالحق فيهمـــا يعطي صاحبه سلطة استئثارية في الشيء موضوع الحق(245) (الاسمر، 1986)، وذلك علـــى إعتـــبار أن الحق على العلامة التجارية يعطي لصاحبه سلطة استئثارية مباشرة على الشيء موضوع الحق.(246)(قانون العلامات التجارية الاردني،1999) ولكـــن هذا الرأي لا يستقيم مع مفهوم الحق العيني، حيث أن الحق العيني يكون محلـــه دائماً شيئاً مادياً ولا يمكن أن يكون شيئاً غير مادي من نتاج الفكر وليس لـــه حـــيز مادي محسوس كالعلامة التجارية. فالأشياء غير المادية أو المعنوية غير قابلة بطبيعتها للحيازة أو الإحراز بعكس الأشياء المادية التي وحدها تصلح محـــلا للحـــق العينـــي لأنهـــا قابلة للحيازة والإحراز على سبيل الإستئثـــــار والتفرد.(247) (الاسمر، 1986)، بينما يرى بعض الفقهاء بأن الحق على العلامة التجارية هو حق استعمال ولا يمكن أن يكون حق ملكية على أساس أن العلامة الـــتجارية تخلق علاقة بين منتج ومستهلك فهي الوسيلة لخلق الرباط بينهما وأن المشـــرع لا يتدخل لحماية العلامة في ذاتها إذ هذا موضوعه الملكية إنما تدخله لحمايـــة العلامة يلزمه بالتدخل لحماية استعمال الوسيلة التي تخلق هذه العلامة وهـــي بذلـــك تخـــرج من نطاق الملكية بنوعيها المادية والمعنوية.(248) (احمد، 1955) ورتـــب هذا الرأي آثاراً على ذلك منها جواز إستخدام العلامة التجارية بمعـــرفة أكثر من شخص طالما أن موضوع نشاطهم التجاري مختلف ولو إتحد نشاطهم التجاري طالما أن اللبس بين منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم أمر غير محتمل وجواز استعمال أسماء الغير كعلامة تجارية.

ولمـــا فشلت الآراء السابقة في تحديد الطبيعة اللازم إسباغها على الحق في العلامـــة الـــتجارية ظهر إتجاه حديث يرى أن الحق على العلامة التجارية هو ملكـــية معنوية ترد على أشياء غير مادية ، إذ تعتبر ملكية العلامة التجارية في نظـــر هـــذا الاتجاه بأنها ملكية معنوية ترد على أشياء غير مادية نظراً لتعلقها بإنـــتاج الفكر وخلقه وإبتكاره(249)(الاسمر، 1986) وقد نصت المادة (71) من القـــانون المدني الأردني على أن : (الحقوق المعنويـــة هي التي ترد على شئ

غير مادي) ويتبع في شأنها أحكام القوانين الخاصة، إذ توجد لهذه الحقوق قيمة مالـــية في الحياة العملية وتعتبر منقولاً معنوياً قابلاً للتملك فلا يجوز لغير مالكها استعمالها كما يجوز تداولها بالبيع مع المحل التجاري وهي تعد من أهم العناصر غير المادية لهذه المحال التجارية.(250)(العريف، 1959)

إلا أن هـــذا الـــرأي لـــم يستقم لأن هذا الرأي يتعارض مع خاصية الدوام الملازمة لحق الملكية أي أن حق الملكية حق دائم وليس مؤقتاً بينما في الحقوق المعـــنوية يكـــون الحـــق محـــدداً بمدة معينة وبعدها يزول إذا لم يتخذ صاحبه الإجـــراءات المحددة قانوناً واللازمة لإستمرار هذا الحق.(251)(قـــانون العلامات التجارية الاردني،1999)

كمـــا أن حـــق مـــالك العلامة التجارية كما سترى الدراسة حق نسبي وليس مطلقـــا يقتصـــر على إحتكار استعمال العلامة لتمييز منتجاته عن مثيلاتها وما يشـــبهها مـــن المنـــتجات المنافسة فيجوز لأي منتج آخر استعمال نفس العلامة لتميـــيز منـــتجاته أو بضـــائع من نوع آخر، فمالك العلامة التجارية لا يستطيع الإحـــتجاج بهـــا إلا أمـــام من إستعملها على نفس البضائع والمنتجات المماثلة لبضـــائعه ومنتجاته في حين حق الملكية يمكن لصاحبه أن يحتج به في مواجهة الكافة وله الحق في استعمالـــه وإستغلاله والتصرف به. وإزاء تلك الإنتقادات نـــادى الفقـــيـــه الفرنسي (روبيه) بإدخال الطبيعة القانونية للحق على العلامة الـــتجارية ضـــمن طائفة إقترحها وهي (حقوق الزبائن) أو (حقوق الإتصال بالزبائـــن) لأنه يرى أن البحث في المنفعة الإقتصادية لهذه الحقوق هو بلا شك يـــتجه الى الزبائن والعملاء لأن التنافس بين المنتجين والتجار هدفه هو إرضاء وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن والعملاء(252)(الاسمر، 1986).

إلا أن الدراسة ترى أن هذا الرأي والتسمية المقترحة من قبله تثير اللبس مع عنصـــر الزبائن الذي هو أهم عناصر المحل التجاري حيث نص قانون التجارة الأردنـــي في الفقرة الثانيـــة من المادة (38) منه على أنه (يشمل المتجر على

مجموعـــة عناصـــر مادية وغير مادية تختلف بحسب الأحوال وهي خصوصاً الزبائن والاسم والشعار).

في حين يرى البعض الآخر - وبحق - أن الحق على العلامة التجارية هو مـــن الحقوق المستحدثة لا تندرج تحت أنواع الحقوق المالية التقليدية بل أن لها كـــيانا مســـتقلا يـــتلائم وطبيعتها وأن تسميتها هذه قد أصبح مألوفا على النطاق الدولي ولا يثير أي مشكلة من حيث طبيعتها.(253)(عباس، 1976)

وإذ تؤيد الدراسة هذا الرأي تدعمه بالحجج الآتية :

أولاً : بالـــنظر إلـــى الخصائص التي يمتاز بها الحق على العلامة التجارية المتمثلة بأنه حق نسبي ومؤقت وله قيمة إقتصادية ومالية وقابل للتصرفات الجائزة توحي أنه نوع من الملكية الخاصة.

ثانـــياً: بالرجوع إلى القانون المدني الأردني وحسب تعريفه للعقار والمنقول نجد أنه يعـــرف العقار بأنه : (كل شيء مستقر بحيزه ثابت فيه لا يمكن نقله منه دون تلف أو تغير هيئته فهو عقار ، وكل ماعدا ذلك من شيء فهو منقول)(254)(القانون المدني الاردنـــي، 1976) وعليه وحسب هذا التعريف فإن العلامة التجاريـــة تعتبر منقولاً معـــنويـــاً وحقـــاً قابلاً للتصرفات القانونية مع المحل التجاري أو بدونه(255)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)، فهي من المنقولات لأنها ليست عقاراً وبما أن ليس لها حيز مادي محسوس بإستثناء الشكل المادي الذي تتجسم فيه إنما هي فكرة خلاقة من إبتكار الذهن فهي منقول معنوي ولها قيمة إقتصادية ومالية في الحياة العملية.

ولـــذا تخلـــص الدراســـة الى أن العلامة التجارية بإعتبارها إحدى عناصر الملكـــية الصـــناعية والـــتجارية حق من نوع خاص لا يندرج تحت أية طائفة من الحقوق التقليدية المعروفة وكما يرى البعض بأن هذا الحق يقترب من طائفة الحقوق المعـــنويـــة بـــالقدر الـــذي يبتعد فيه عن الحقوق الشخصيـــة والعينية.(256) (كيرة، 1973)

2 - الترخيص باستعمال علامة باطلة أو منتهية المدة

تستلزم القواعد العامة أن يكون لكل تصرف مالي محل يرد عليه ومن بين الأسباب المؤثرة على المحل والتي تؤدي إلى بطلان التصرف الوارد عليه أن يكون مخالفاً للنظام العام والآداب أو أن لا يكون متقوماً بالمال أو أن لا يكون قابلاً لحكم العقد الوارد عليه أو أن يكون مستحيلاً، فإذا توفر في المحل أي من الأسباب السابقة، كان العقد باطلاً.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

أ- التعاقد على علامة تجارية باطلة

إن الترخيص باستعمال علامة تجارية غير سارية المفعول أي غير مسجلة إلى الغير الراغب باستعمالها على منتجاته أو بضائعه أو خدماته إنما هو ترخيص باطل لأنه لا بد للترخيص من محل مشروع طبقا للقواعد العامة ويعتبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية باطلا إذا كانت العلامة التجارية محل العقد المذكور قد تقرر بطلانها ولو بعد إنعقاد العقد. ويتقرر بطلانها إذا لم تستوف شروطها الموضوعية أو الشكلية والمحددة بموجب قانون العلامات التجارية الأردني، فعدم توافر أحد شروطها يقضي على وجود العلامة التجارية ويكشف عن أن استعمالها الذي إنصب عليه الترخيص لم يكن له وجود أصلا ولذا يتعين القول ببطلان الترخيص لانعدام محله هذه من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك علامات تجارية لا يجوز تسجيلها في القانون الأردني كعلامة تجارية تستخدم في تمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

وفي هذا الصدد ترى الدراسة أن تفرق بين نوعين من العلامات المحظورة نظراً لسبب حظر تسجيلها وهما :

1- العلامات التي لا يجوز تسجيلها من حيث الأصل وذلك لإتخاذها أشكالاً ذات طبيعة خاصة ممنوعة في القانون.

لقــد أشارت إلى هذا النوع من العلامات ثماني فقرات من المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني وذلك على النحو التالي :

1- الفقرة الأولى حيث نصت على عدم جواز (تسجيل العلامات التي تشابه شعار جلالــة الملــك أو الشــارات الملكية أو لفظة ملوكي أو آية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي الى الإعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية).

2- الفقــرة الثانــية : ونصــت على عدم جواز تسجيل : (شعار أوسمة حكومة المملكــة الأردنية الهاشمية او الدول أو البلاد الأجنبية ألا بتفويض من المراجع الإيجابية).

3- الفقرة الثالثة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التى تدل على صفة رســمية إلا اذا فرضت وضعهــا المراجع الإيجابيــة التي تخصها تلك العلامة او التي هي تحت مراقبتها).

4- الفقرة الرابعة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تشابه الراية الوطنــية أو أعــلام المملكــة الأردنــية الهاشمية العسكرية أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية).

5- الفقــرة الخامســة : ونصــت علــى عدم جواز تسجيل (العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التاليــة:(إمتياز)، (ذو إمتياز)، (ذو إمتياز ملكي)، (مسجل)، (رســم مســجل) ، (حقوق الطبع)، (التقليد يعتبر تزويراً)، أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات).

6- الفقــرة الثامــنة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه).

7-الفقــرة الحادية عشرة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف).

8- الفقـــرة الثانية عشرة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق أو تشـــابه أو تشـــكل تـــرجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي إشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مـــع العلامـــة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضـــرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضـــائع وكذلـــك العلامـــات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرقية والأعلام والشعارات الأخرى والأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسئ إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية).

وعليه وبموجب هذه الفقرة لو تم ترجمة كلمة (Safe way) على أنها الطريق الآمـــن لاستعمالها كعلامة تجارية لا يجوز ، ولقد أضيفت هذه الفقرة بموجب قانون العلامـــات الـــتجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999. ولا يخفى الهدف من هـــذه الإضـــافة يـــرجع لمـــا تتمتع به تلك العلامات من حرمة أو قدسية وإحتراما لمصلحة خاصة أو عامة.(257) (زين الدين، 2001)

ولذلـــك لـــو ســـجلت علامة تجارية وأستعملت لتمييز بضائع أو منتجات أو خدمـــات معيـــنة تحت أي من العلامات المنصوص عليها في الفقرات السابقة تعتبر باطلة حكماً ويستتبع ذلك أن الترخيص باستعمالها يعتبر باطلاً أيضاً لإنعدام محله.

2- العلامـــات التـــي لا يجـــوز تسجيلها إذا توفرات فيها بعض الشروط المحظورة قانوناً.

لقـــد أشـــارت إلى هذا النوع من العلامات أربع فقرات من المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني وذلك على النحو التالي :

1-الفقـــرة السادسة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات المخالفة بالنظام العـــام أو الآداب العامة أو التي تؤدي الى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي).

2- الفقرة السابعة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات المؤلفة من أرقام أو حـــروف أو ألفـــاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامـــات التـــي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو في ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتـــبر مـــا ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها اذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها فـــي الفقرتين (2،3) من المادة (7).

3- الفقـــرة التاسعة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تحتوى على صـــورة شخص أو أسمه أو اسم محله التجاري أو إسم شركة أو هيئة الا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين).

4- الفقـــرة العاشرة ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التى تطابق علامة تخـــص شخصاً آخر سبق تسجيلها أو لصنف منها او العلامة التجارية التي تشابه تلك العلامات إلى درجة تؤدي إلى غش الغير).

وممـــا تجـــدر ملاحظـــته في هذا الصدد أن ما جاءت به الفقرتين (7،9) من المـــادة (8) المشـــار إليه أعلاه لم تحظر تسجيل العلامات التجارية الواردة فيهما حظـــراً مطلقـــاً وإنما يجوز تسجيلها اذا توفرات شروط معينة، ويرى بعــــض الفقـــه(258) (الاسمر، 1986) في هذا الشأن (ويلاحظ أن إشتمال المادة المذكورة علـــى الفقرة السابعة والتاسعة معيب ومحل نظر وذلك لأن الفقرة السابعة جاءت بقـــيد علامة بها وهي أن تكون تلك الأرقام والحروف والألفاظ مميزة ومبرزة في شكل خاص وهذا في حقيقته لا يعني إلا وجود قيد على تسجيل العلامة ويخرجها مـــن قائمـــة العلامات المحظورة ما دامت العلامة مبرزة ومميزة بشكل خاص. ويبدو أن إشتمال النص موضوع الحديث على الفقرتين السابعة والتاسعة قد جاء مـــن باب الخلط ما بين مفهوم الحظر والذي هو مطلق المنع وما بين مفهوم القيد والـــذي هـــو عبارة عن مجرد شرط فالحظر ينصرف إلى مطلق منع تسجيل أو

مجــرد استعمال هذه العلامات في حين أن القيد لا يعني المنع المطلق من تسجيل أو اســتعمال هــذه العلامــات بل يجوز استعمالهــا بمجرد توافر القيد الذي هو الشرط. وما يدعم وجهة نظرنا هذه ما ورد في نهاية الفقرة موضوع الحديـــث

- نفسها – حيث أضافت (.... ويشترط في ذلك ان لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التجارية التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت لــه صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2، 3 من المادة (7) والنقد الأول الــذي وجهناه للفقرة السابعة من المادة الثامنة يمكن توجيهه للفقرة التاسعة مــن نفس المادة ، حيث ما أوردتــه هذه الفقرة لا يدخل في دائرة الحظر والمنع المطلــق ، وإنما يدخل في دائرة القيد والشرط ، فيجوز تسجيل تلك العلامات أو استعمالها إذا ما توافر رضى وموافقة صاحب الشأن أو ما ينوب عنه وعليه يمكن القول أنه كان خطأ من المشرع إيراد الفقرتين السابعة والتاسعة من ضمن المادة الثامنة والتي اشتملت على العلامات المحظور استعمالها قانوناً).

وبــناء عليه لو سجلت علامة تجارية واستعملت لتمييز بضائع أو منتجات أو خدمــات معيــنة تحت أي من العلامات المنصوص عليها في الفقرات السابقة يعتبر باطلة حكماً ويستتبع ذلك أن الترخيص باستعمالها يعتبر باطلا أيضا لإنعدام محله.

ب- التعاقد على علامة تجارية منتهية المدة

أشــارت المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني بأن : (مدة ملكية حقــوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمــدد مماثلة وفقا لأحكام هذا القانون)، وذلك بناء على طلب صاحب العلامــة الــتجاريــة المسجلة.(259)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) كما لصاحب العلامــة الــتجارية التي اعتبرت علامته مشطوبة حكما اذا لم يقم بتجديدها أن يطلب إعادة تسجيلها في أي وقت شريطة ألا تكون قد سجلت باسم غيره.(260) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

وعلــيه إذا كــان المقصــود من عقد الترخيص هو نقل الحق في استعمال العلامة التجارية أو الإستئثار في استعمالها إلى المرخص له فإن هذا العقد يعتبر

بـــاطلاً ولا يلـــزم تسجيله إذا كانت العلامة التجارية محل العقد المذكور منتهية المـــدة ولـــم يقم مالكها بتجديد تسجيلها حسب أحكام القانون. وبالنسبة لمدة عقد الترخيص ، فلقد أشارت المادة (26 / 2) من قانون العلامات التجارية الأردني بأنــــه لا يجـــوز أن تـــزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها أي عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها.

إلا أن الواقـــع العملـــي الـــذي يشهد إبرام عقود تراخيص إتفاقية باستعمال العلامـــة التجارية درجت على تحديد المدة الزمنية التي يجوز خلالها للمرخص لـــه اســـتعمال العلامة التجارية محل العقد. ونظراً لأن عقد الترخيص يتطلب إســـتثماراً مالياً كبيراً من جانب المرخص له فإننا نرى أن لا تقل مدة الترخيص عـــن خمـــس سنوات وذلك حتى لا يخاطر المرخص له برأسمال المستثمر في العلامـــة الـــتجارية التـــي تمـــيز بضـــائعة أو منتجاته أو خدماته بموجب عقد الترخـــيص باستعمالها. وبما أن العقد شريعة المتعاقدين في حدود النظام العام والآداب العامـــة فـــلا يجـــوز إستناداً لنص المادة (26/ 2) من قانون العلامات الـــتجارة الأردنـــي أن تـــزيد مدة الترخيص عـــن المدة المقررة لحماية حقوق العلامـــة الـــتجارية محـــل عقـــد الترخـــيص. ومن الجائز أن يتفق الطرفان (المرخص والمرخص له) على تجديد المدة تلقائياً لفترة اخرى مماثلة أو لسنة اخـــرى مثلا ما لم يقم أحد طرفي العقد بإشعار الآخر برغبته في إنهاء الرابطة الـــتعاقدية عند إنقضاء مدة الترخيص الاصلية أو المجددة حسب الاحوال وذلك قبل فترة معقوله من إنهاء تلك المدة حتى لا يفاجيء الطرف الآخر.

وعلـــيه اذا لـــم يقـــم مالك العلامة التجارية (المرخص) بتجديد تسجيل علامـــته التجارية المسجلة اذا انتهت مدة حمايتها المنصوص عليها قانوناً أو تم إبـــرام عقد الترخيص دون تجديد العلامة التجارية محل العقد المذكور أو أثناء إبـــرام العقـــد إنتهـــت مدة حمايـــة العلامـــة التجـــاريـــة المـــراد الترخيص باســـتعمـــالها أو اتفـــق الطـــرفان (المـــرخص والمرخص له) على مدة عقد الترخـــيص وقبل إنتهاء هذه المدة شطبت العلامة التجارية من السجل ففي مثل

هذه الحالات يعتبر التعاقد على استعمال العلامة التجارية بموجب عقد الترخيص باطلاً لإنعدام محلـــه بإنتهاء مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية محل عقد الترخيص.

3 - الترخيص باستعمال العلامة التجارية في حالة إنتقال ملكية العلامة الى الورثة

قـــد يحـــدث أن تنتقل ملكية العلامة التجارية المرخص باستعمالها بموجب عقد الترخـــيص الـــى أكثر من شخص واحد بحيث قد يثور في هذه الحالة التنازع علـــى ملكية هذه العلامة، فما مصير عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فـــي حالـــة إنتقال ملكية العلامـــة التجارية محل العقد المذكور إلى الورثـــة ؟ تقول الدكتورة سميحة القليوبي في هذا الشأن:(261)(القليوبي، 1967)

(إذا توفـــي شخص يملك علامة تجارية ضمن عناصر محله التجاري تملكها ورثـــته على الشيوع فيما بينهم ، ولا يجوز لإي من الورثة أن يقوم باستعمال العلامـــة التجارية لتمييز البضائع دون موافقة باقي الورثة وفقا للقواعد العامة فـــي الشـــيوع ولمـــا كـــان من المتعذر تقسيم العلامة التجارية عيناً نظرا لان طبيعـــتها لا تقـــبل التجزئة فإنه عند الخلاف بين الورثة أو طلب التقسيم فيما بيـــنهم يتعيـــن بـــيعها ، ولما كان بيعها مستقلة عن المتجر أمر ممنوع بنص القـــانون .... فـــإن الأمر يقتضي بيعها مع المتجر دائماً وفي هذا الخصوص يرى البعض جواز تقسيم العلامة التجارية فيما بين الورثة إذا ما أرادوا إقتسام المـــتجر ليستقل كل منهم بنوع أو بجزء منه ويستمر في استثماره وذلك بإتفاق المشـــتاعين على أن يكون لكل منهم حق استعمالها على إنفراد ، فتصبح ملكية العلامـــة عندئذ مشتركة بينهم ، فيكون لكل منهم على العلامة حق ملكية كامل تام يخوله استعمالها كما يشاء وإذا حدث وقلدت العلامة المملوكة على الشيوع أو زورت أو أغتصـــبت ، جـــاز لكـــل مـــن المقتســـمين أن يطالـــب الفاعل بالتعويضات ولا يشترط أن ترفع دعوى التعويض من جميع المالكين، لإن لكل مـــنهم حقاً كاملاً ومستقلاً عن حقوق الآخرين، ولا يشترط رفع أحدهم الدعوى

وحكـــم له بالتعويضات، أصبحت حقاً خالصـــاً له فلا يقتسمها مع الآخرين إلا اذا كانت الدعوى مرفوعة منهم جميعاً أو تدخلوا فيها).

وبالــرجوع الـــى قـــانون العلامـــات التجاريـــة الأردني لا تجد الدراسة المشرع الأردني يعالج حالة إنتقال ملكيـــة العلامـــة التجاريـــة إلى الورثة في حالـــة توفي مالكهـــا (مورثهم) بنص صريح كمـــا فعل فـــي براءة الإختراع إذ نـــص في المادة (27/ ب) من قانون براءات الاختراع الاردني رقم (32) لســـنة 1999(262) (الجـــريدة الرسمية، 4389) على أنه (ب- ينتقل بالميراث الحق في ملكية البراءة وجميع ما يتعلق بها من حقوق).

وإزاء عدم وجود نص يعالج حالة انتقال ملكية العلامة التجارية الى الورثة تـــرى الدراســـة أن الحق في ملكية العلامة التجارية وجميع ما يتعلق بها من حقوق تنتقل الى الورثة للحجج الآتية :

أولاً : يمكـــن للدراسة الإستناد الى نص المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية الأردنـــي والتـــي تنص على : (إذا كان شخص يستغل بطريق المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة يستصوب المسجل معهـــا تســـجيل نفس العلامة بإسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتســـجيل تلـــك العلامـــة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه منها لنفس البضائع أو الصنف من البضائع بإسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور).

فإســـتناداً الـــى هذا النص ترى الدراسة أن مسجل العلامات التجارية يستطيع تسجيل العلامة التجارية بأسماء الورثة وجعل ذلك يندرج ضمن عبارة : (الأحوال الخاصة الأخرى) فيمكن إعتبار الوفاة من ضمن هذه الأحوال الخاصة.

ثانـــياً : بمـــا أن للعلامة التجارية قيمة إقتصادية ومالية في الحياة العملية فهي بذلك الوصـــف تدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لمالكها وبالتالي تنتقل ملكيتها الى

الورثـــة فـــي حالة وفاة مورثهم على إعتبار أنه من عناصر ذمته المالية في جانبها الإيجابي.

ثالـــثاً : بما أن العلامة التجارية تعتبر منقولاً معنوياً وحقاً قابلاً للتملك والرهن فيباع ويورث تبعاً لذلك.

أمـــا بخصوص مصير عقد الترخيص باستعمال العلامة التجاريـــة في حالة انتقال ملكية العلامة التجارية المرخص باستعمالها الى الورثة، فالمشرع الأردني لم يعـــالج هذا أيضاً ولذلك ترى الدراسة وأمام سكوت المشرع عن معالجة هذه المسألة بأنـــه طالما أن العقد شريعة المتعاقدين في حدود النظام العام والآداب العامة فيجوز للطرفيـــن (المـــرخص والمـــرخص له) أن يضمنا شرطاً مؤداه إنتقال حقوق العقد والتزاماته إلى الورثة في حالة وفاة أحدهما أو كليهما أو يتفقا على إنقضاء العقد في حالة وفاة أحدهما أو كليهما نظراً للإعتبار الشخصي الذي يقوم عليه عقد الترخيص.

أمـــا قـــانون العلامات التجارية البريطاني لعام 1994 فقد جاء بأحكام أكثر وضوحاً وتفصيلاً حـــول الملكية المشتركـــة للعلامة التجارية حيث عالجت المـــادة (1/23) مـــنه ذلـــك وجاء بحكم عام وهو أنه : (إذا تم تسجيل علامة تجارية بإسم شخصـــين أو أكثر بالإشتراك فإن لكل منهم الحق تبعاً لإي إتفاق يقضي بعكس ذلك فـــي حصة متساوية وغير مجزأه في هذه العلامة). وكما نصت الفقرة الثالثة من هـــذه المادة على: (أن أحكام هذه المادة تطبق على الحالة التي يسجل فيها شخصان (أو أكثر) كمالكين مشتركين لعلامـــة تجارية مسجلـــة بموجب الفقرة الأولى أو بإي شكل آخر).

أمـــا عـــن أحكـــام الملكية المشتركة للعلامة التجارية المسجلة والحقوق التي يملكها كل مالك بموجب المادة (23) فبموجب الفقرة الثالثة من هذه المادة لكل مالك مشـــترك لعلامـــة تجارية مسجلة وتبعاً لإي إتفاق يقضي بعكس ذلك أن يمارس اية أفعـــال تشـــكل فـــي الحالات الأخرى إعتداء على العلامة التجارية المسجلة متعلقة بالعلامة التجارية المسجلة وذلك لمصلحته الخاصة سواء أقام بهذه الأفعال بنفسه أو

بواسـطة وكـيل ودون الحاجـة الـى موافقـة المالك (أو المالكين) الآخرين أو إعلامهم.

أمـا بخصـوص الترخيص باستعمال العلامة التجارية، بموجب الفقرة الرابعة مـن المـادة (23): (لا يجـوز لاي مـالك مشترك للعلامة التجارية المسجلة وقبل الحصول على موافقة المالك (أو الماليكين) الآخرين أن يمنح الترخيص باستعمال العلامة التجارية المسجلة أو أن يقوم برهنها. كما ويجوز لإي مالك مشترك للعلامة التجارية المسجلة أن يباشر بإجراءات دعوى التعدي على العلامة التجارية إلا أنه لا يجوز له دون الحصـول على اذن المحكمـة أن يستمر قدمـاً في المحاكمة الا إذا ضم منهم المـالك (أو المالكين) الآخرين كمدعين أو كمدعي عليهم حسب الحال).

وعلـيه وفي ظل قانون العلامات التجارية البريطاني لعام 1994 فالترخيص باستعمال العلامة التجارية المسجلة والمملوكة على الشيوع جائز بشرط موافقة باقي الشـركاء الآخريـن فـي ملكيـتهـا. وقياسـا على ذلك إذا توفي مالك العلامـة الـتجاريـة (المـرخص) أثـناء تنفيذ عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وانتقلـت ملكية العلامة التجارية محل عقد الترخيص إلى الورثة في هذه الحالة على المـرخص له أن يسـعى إلـى ورثـة المرخص المتوفى للحصول على موافقتهم للإسـتمرار في تنفيذ العقد المبرم ما بين مورثهم بينهم لأنهم أصبحوا مالكين للعلامة الـتجارية محل عقد الترخيص هذا ما لم يتفق على خلاف ذلك في العقد كما لو اتفق الطـرفان (المرخص والمرخص له) أنه في الحالة التي يتوفى فيها أحدهما ينقضي عقد الترخيص نظراً للإعتبار الشخصي الذي يقوم عليه العقدً.

ب-خصائص محل عقد الترخيص وحمايته

ينصـرف محل عقد الترخيص الى علامة تجارية معينة مسجلة وتشكل العلامة مـن وجهـة النظر هذه مالا منقولاً معنويا متقوماً بالمال ولذلك تتصف العلامة الـتجارية محـل عقد الترخيص بعدد من الخصائص التي تميزها عن غيرها. ولمـا كانـت الحقوق عموماً ترتب إلتزاماً قبل الكافة بإحترامها وعدم الإعتداء علـيها لذا فإنه يجب على الكافة إحترام حق صاحب العلامة التجارية محل عقد

الترخيص وعدم التعرض لـه فلذلك لا بد من حماية محل عقد الترخيص. وبما أن محل عقد الترخيص علامة تجارية فإن الحقوق المرخص بها بموجب هذا العقد تختلف حسب ما يتفق عليه الطرفان (المرخص والمرخص لـه).

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين :

أ- خصائص محل عقد الترخيص

إن محل عقد الترخيص يتجسد في الواقع بحق استعمال علامة تجارية مسجلة معينة والإنتفاع بها. وتشكل العلامة التجارية من وجهة النظر هذه مالاً منقولاً معنوياً وحقاً نسبياً وحقاً دائماً كما أنها قابلة للتصرف بها والرهن والحجز عليها.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية :

1- العلامة التجارية مال منقول معنوي

العلامة التجارية كما بينت الدراسة مسبقاً من الأموال المعنوية التي ترد على شيء غير مادي. والعلامة التجارية هي مال منقول معنوي؛ لأنه حسب تعريف القانون المدني الأردني للمنقول والعقار فإنها تعتبر منقولاً معنوياً فهي من المنقولات لأنها ليست عقاراً(263) (القانون المدني الاردني، 1976) وبما أن ليس لها حيز مادي محسوس باستثناء الشكل المادي الذي تتجسم فيه وإنما هي فكرة خلاقة من ابتكار الذهن فهي منقول معنوي ولها قيمة مالية اقتصادية في الحياة العملية.

وبما أن الحق في العلامة التجارية عبارة عن منقول معنوي لا يدرك بالحس يترتب على ذلك النتائج التالية :

أ- لا تنطبق عليه بعض القواعد الخاصة بالمنقولات المادية كقاعدة الحيازة في المنقول سند الملكية المنصوص عليها في المادة (1189) من القانون المدني الأردني.

ب-اذا أوصى مالك العلامة التجارية بجميع ما يملكه من منقولات دخلت العلامة التجارية بوصفها من المنقولات المعنوية التي لها قيمة مالية وتدخل في الجانب الإيجابي لمالكها في هذه الوصية.

ج- لا تنطبق عليه القاعدة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة (566) من القانون المدني الأردني بشأن هبة المنقول التي تتطلب أن تتم بالقبض دون حاجة الى التسجيل لأن الحق المعنوي لا ينتقل بالمناولة اليدوية.

2- الحق في العلامة التجارية حق نسبي وليس مطلق

وهو حق نسبي من حيث نوع المنتجات ومن حيث العناصر التي تتكون منها العلامة ومن حيث مكان استعمال العلامة. فمالك العلامة التجارية المسجلة يحتكر حق استعمالها وحده ومنع الغير من استعمالها على منتجات مماثلة أو مشابهة فقط وليس له أن يحتج بحقه في مواجهة الكافة وليس له أن يمنع شخصاً من استعمال ذات العلامة على منتجات مختلفة؛ لأن تسجيل العلامة التجارية يقتصر على بضائع معينة أو على أصناف خاصة من البضائع(264) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) ويترتب على هذه الخصيصة جواز استعمال العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص ما دام أن موضوع نشاط أحدهم الصناعي أو التجاري مختلف عن نشاط الآخر وكذلك جواز استخدام العلامة من قبل اكثر من شخص واحد حتى لو اتحد موضوع نشاطهم ما دام أن الخلط أو اللبس بين منتجاتهم أو بضائعهم أمر بعيد الوقوع (265) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999)

وتأكيداً لهذه الخصيصة جاء بقرار لمحكمة العدل العليا الأردنية بأن : (حماية العلامة التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيل تلك العلامة فلا تمنع الغير من إستخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عن تلك السلع التي نصت عليها شهادة التسجيل ولا يجوز لمالك العلامة الإحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع

ذلـــك أن الغـــرض من العلامـــة هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينهـــا وبين منتجات مماثلـــة لها).(266) (مجلة نقابة المحامين الاردنيين، 1987)

كمـــا ويقتصـــر حق مالك العلامة على إحتكار مظهرها العام المميز دون الجزيـــئات ولا يجـــوز له أن يطالب بمنع غيره من استعمال عنصر جزئي من عناصـــر العلامـــة التجاريـــة ما دامت تلك العلامة لا تثير الخلط أو اللبس مع علامـــته المسجلة، كذلك فإن حق إحتكار مالك العلامة ينحصر فقط داخل إقليم الدولة المسجلة فيها تلك العلامة ويستثنى من ذلك حالة إذا ما تم تسجيل العلامة الـــتجارية دولـــياً وحالة ما إذا كانت العلامة التجارية ذات شهرة وكانت الدولة الأجنبـــية عضواً في الإتحاد الدولي للملكيـــة الصناعيـــة، وذلك بموجب إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لعام 1891 وتعديلاتها حيث تتمتع العلامة الـــتجارية المسجلة دوليا، ومن تاريخ التسجيل، في كل دولة من الدول المعينة، بـــنفس الحماية التي من الممكن أن تتمتع بها في حالة تقديم طلب مباشر في تلك الدولة(267)(اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، 1891)، وكذلك بالنســـبة لباقي الدول الأعضاء في اتفاقية مدريد، ففي الدول المطلوبـــة الحماية فيها، فللتسجيل الدولي أثر صريح حسب المادة (3) من الإتفاقية.

3- الحق في العلامة التجارية حق دائم وليس مؤقتاً

الحـــق في العلامة التجارية حق دائم يستطيع مالك العلامة الإحتفاظ به الى الأبد ما دام أنه يقوم بتجديد تسجيل علامته عند إنتهـــاء مدة تسجيلها المقـــررة (268) (قـــانون العلامـــات الـــتجارية الاردني،1999)، بينمـــا تلاحظ الدراسة أن حماية بـــراءة الإخـــتراع تستمر لمدة محددة فقط. (269)(قانون براءات الاختراع الاردني، 1999)، ولكن إذا لم يقم مالك العلامة التجارية بتجديد تسجيلها كما نظم القانون فتكون عندئذ حقاً مؤقتاً لأن عدم قيام مالك العلامة بتجديد تسجيلها ودفع الرسوم عـــنها يـــؤدي إلـــى شطبها من سجل العلامات التجارية.(270) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999).

4- قابلية العلامة التجارية للتصرف فيها

تذهــب غالبيــة القوانين الى إجازة التصرفات القانونيــة التي ترد على العلامة الــتجارية(271) (قــانون العلامــات التجارية الاردني، 1999)، حيث تعتبر العلامة الــتجارية في ذاتها مالا معنويا متقوماً لذا فهي حق قابل للتصرفات القانونية مع المحــل الــتجاري أو بدونه الذي تميز بضائعه أو منتجاته او خدماته. فيجوز والحالــة هــذه اذاً البــيع والترخــيص باستعمالها كما تنتقل العلامة بالميراث والوصــية. ولذلــك يجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة أو غير المسجلة أن يبــيعها إلــى الغــير وتســري على هذا البيع القواعد العامة في بيع المنقولات المعنوية(272)(العريف، 1959)

ولا تكون التصرفات التي ترد على العلامة التجارية نافذة فيما بين الطرفين ولا تكون حجة على الغير إلا من تاريخ تأشيرها في سجل العلامات التجاريــة المعــد فــي وزارة الصــناعــة والــتجارة والإعــلان عنها فـــــي الجريدة الرسمية.(273) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

5- قابلية العلامة التجارية للرهن والحجز عليها

يعــد مبدأ الرهن والحجز على العلامة التجارية من المبادئ التي أخذ بها قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999 رغم أنها شيء معنوي بعكس قــانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 قبل تعديله حيث كان لا يجــيز ذلــك(274) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999) ففي ظل القانون رقـــــــم (33) لســنة 1952 كــان لا يجــيز المشرع الأردني رهن العلامة الــتجارية مستقلة عن المحل التجاري وكذلك لا يجيز الحجز عليها من الدائنين إســتيفاءً لحقوقهم مستقلة عن المحل التجاري وذلك لأن المآل الإحتمالي للرهن والحجز على العلامــة التجارية هو بيعها ولما كان بيع العلامة التجارية مستقلة عــن المحل التجاري محظور في ظل هذا القانون فيعتبر الرهن والحجز عليها أيضا محظور(275)(الاسمر، 1986)

إلا أن قانون العلامات التجارية الأردني بعد تعديله أجاز رهن وحجز العلامة التجارية وذلك بحكم نص المادتين (3/ 1 / ب ، 19 / 1) منه. ونظراً لأن للعلامة التجارية قيمة مالية في ذمة صاحبها إذ تدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لصاحبها فإنها تعتبر جزءاً من الضمان العام للدائنين ويجوز لهم أن يستصدروا حكما بالحجز عليها لإقتضاء حقوقهم من ثمنها كما يجوز لصاحبها رهنها ضماناً لقرض. ولا يكون الرهن والحجز على العلامة التجارية نافذ بين طرفيه ولا يكون حجة على الغير إلا من تاريخ تأشيرها في سجل العلامات التجارية المعد في وزارة الصناعة والتجارة والإعلان عنها في الجريدة الرسمية حتى يتمكن الغير من الإطلاع عليها.(276) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

وتتحدد إجراءات رهن وحجز العلامة التجارية بموجب تعليمات يصدرها وزير الصناعة والتجارة بهذا الخصوص.(277)(لم تصدر تلك التعليمات بعد)

ب- حماية محل عقد الترخيص

تعتبر العلامات التجارية من الأموال المعنوية التي ترد على شيء غير مادي فهي نتاج الذهن لذا وجب تنظيم ملكيتها وحماية مالكها لأن مالك المال المعنوي يكون أولى بالحماية من مالك المال المادي لأن هذا الأخير يجد في حيازته المادية لما يملكه ما يحميه ضد الأعتداء عليها وقد لا يكون هذا المال المادي من صنع يده أو نتاج ذهنه.

ولما كانت الحقوق عموما ترتب إلتزاما قبل الكافة بإحترامها وعدم الإعتداء عليها لذا فإنه يجب على الكافة إحترام حق صاحب العلامة التجارية عليها وعدم التعرض له ، ولقد قرر المشرع الأردني حماية خاصة للعلامات التجارية تضمنها قانون العلامات التجارية وكذلك قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953 وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000.

وهـــناك نوعان من الحماية : الحماية المدنية والحماية الجزائية للعلامة التجارية تم بحثهما في البندين التاليين:

1- الحماية المدنية للعلامة التجارية محل عقد الترخيص

القـــاعدة العامـــة أن الحمايـــــة المدنيـــة مقررة لكافة الحقوق وقد كفلتها كافة القوانيـــن وفقـــا للقواعد العامـــة في المسئوليـــة وهذا ما نص عليـــه المشرع الأردنـــي هنا في المادة (256) من القانون المدنـــي الأردني بنصهـــا : (كل إضـــرار بالغير يلزم فاعلـــه ولو غير مميز بضمان الضرر). وبالتالي يحق لصـــاحب العلامـــة التجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة أن يرفع دعوى مدنية على من يتعدى على حقه في العلامة التجارية يطالبه بالتعويض عما لحقه مـــن ضـــرر نتيجة لذلك التعدي وهذا هو الأصل. إلا أنه بالرجوع الى قانون العلامات التجارية الأردني نجد أن المشرع الأردني قرر لمالك العلامة التجارية المســجلة فقــط الحماية المدنية وذلك بموجب المادة (34) من حيث نصت على أنـــه: (لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامـــة تجاريـــة غـــير مسجلة في المملكة إلا أنه يحق أن يتقدم المسجل بطلب لإبطال علامـــة تجاريـــة ســـجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكهـــا بعد أن كانت مســـجلة في الخارج ......). وفوق ذلك أجاز المشرع الأردني لمالك العلامة الـــتجارية المسجلة عند إقامة دعواه المدنية أن يطلب وقف فعل التعدي والحجز التحفظـــي على البضائع التي أرتكب فعل التعدي بشأنها والمحافظة على الأدلة ذات الصـــلة بفعـــل الـــتعدي وذلـــك بموجب المادة (39) من قانون العلامات الأردني. واستثنى المشرع الأردني من ذلك العلامات التجارية المشهورة حيث قـــرر الحماية المدنية لها سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة وذلك بموجب المدة (26/ب) مـــن قـــانون العلامات التجارية الأردني وذلك من خلال المطالبة بمنع استخدام العلامة التجارية المشهورة.

وممـــا لا شك فيه أن إضفاء الحماية المدنية للعلامة التجارية المسجلة دون غـــيرها مـــن العلامـــات الـــتجارية غـــير المسجلة فيه مخالفة واضحة لقواعد

المسؤولية المدنية وخروجاً صارخاً عليها كما أنه لا يخلو من التحكم لأن النص قـد حرم مالك العلامة التجارية غير المسجلة من الوسيلة الوحيدة التي يمكن أن يلجـأ إلـيها وهي الدعوى المدنية لأن الأصل أن كل إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر ولو كان غير مميز.(278)(زين الدين، 2001)

وتـرى الدراسـة أن الحماية المدنية للعلامة التجارية يجب أن تشمل جميع العلامات التجارية بغض النظر عن كونها مسجلة أو غير مسجلة لأن العلامات الـتجارية غـير المسـجلة تعود ملكيتها لأشخاص استعملوها على منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم هذا من ناحية. ومن ناحية ثانية من غير المنطق أن نفرق بيـن العلامـات الـتجارية المشهورة وغيرها من العلامات بخصوص الحماية المدنـية لأنه لا مبرر لإضفاء الحماية المدنية على العلامات التجارية المشهورة سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة بينما يحرم صاحب العلامة التجارية المحلية غـير المسـجلة من هذه الحماية، ومن ناحية ثالثة فإن تنظيم الحماية المدنية في قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999جـاءت انسجاما مـع أحكـام اتفاقية تريبس (TRIPS) وهذه الاتفاقية وضعت الحد الأدنى للدول الأعضـاء وتركت للقوانين الداخلية صياغة قواعدها مالاً يتعارض مع أحكامها والاتفاقية لم تقرن الحماية المدنية للعلامة التجـارية بشرط التسجيل. (279)(اتفاقـية تريـبس، 1994)، إلا أن المشـرع الأردني للأسف لم يفهم السلطة الـتقديرية المعطـاة له بموجب هذه الإتفاقية، ومن ناحية رابعة فإن هذا النص بوصـفه الحالـي لا يشجع على الاستثمار الأجنبي في الأردن ولذلك لن يغامر الراغـبون في إبرام عقود تراخيص إتفاقية باستعمال العلامة التجارية على ذلك نظـراً لعـدم وجـود حماية مدنية للعلامة التجارية غير المسجلة. ولذلك تجد الدراسـة أن بعـض الفقـه قد ذهب - بحق - إلى القول أن ذلك النص أي (المادة 34) لا يسنده عقل ولا منطق واعتبره إستثناء من قواعد المسئولية عن الفعل الضار فينبغي عدم التوسع في تفسيره والقياس عليه.(280)(الناهي، 1983)

ولهـــذا تجد الدراسة أن المشرع الأردني قد إستدرك موقفه ذلك بأن تدخل لحسم موقفــه مــن الحمايــة المدنــية للعلامة التجارية غير المسجلة وذلك في قانون المنافســـة غير المشروعــة والأسرار التجاريــة الأردنـــي رقــم (15) لسنة 2000 (281) (الجــريدة الرســمية، 4423) حيـــث إعتبر منافسة غير مشروعة تســتوجب الـــتعويض عــن الضـــرر الناتج عنها الاعتداء على علامة تجارية مســتعملة في الأردن من قبل صاحبها وسواء كانت مسجلــة أو غير مسجلــة وذلــك بموجــب المـــادة(2/ب) مـــن هذا القانون وهذا جاء منسجماً مع قواعد المســئولية المدنـــية المنصـــوص علـــيها في المادة (256) من القانون المدني الأردني.

وعلـــيه يستطيع مالك العلامة أن يرفع دعوى منافسة غير مشروعة على كـــل مـــن صـــدر منه فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة نتج عنه ضرر يـــتعرض لحـــق مـــالك العلامـــة التجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، ومطالبـــته قانونـــاً بالتعويض وفقاً لقواعد القانون المدني ودعوى المنافسة غير المشـــروعة وهـــنا توصف بأنها دعوى مدنية. وفي هذا الصدد تقترح الدراسة علـــى المشـــرع الأردنـــي إلغاء نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردنـــي وإضـــافة نـــص الفقـــرة (ب) من المادة (2) من قانون المنافسة غير المشـــروعة والأســـرار الـــتجارية بدلاً منها لأنه هو المكان الطبيعي لمثل هذا النص.

2- الحماية الجزائية للعلامة التجارية محل عقد الترخيص

تـــناول المشرع الأردني الحمايـــة الجزائية للعلامة التجارية في المواد(38،39) مـــن قـــانون العلامات التجارية الأردني والمواد (1، 3 ، 4) من قانون علامات البضائع الأردني رقم (19) لسنة 953.(282) (الجريدة الرسمية، 1131) والحماية الجزائـــية للعلامة التجارية مقرونة بشرط تسجيلها وعليه فالعلامة التجارية غير المســـجلة لا حمايـــة جزائية لها وهذا جاء إنسجاماً مع إتفاقية تريبس (TRIPS)

التي اشترطت للحماية الجنائية للعلامة التجارية أن تكون العلامة مسجلة.(283) (اتفاقية تريبس، 1994)

وفي هذا الصدد ترى الدراسة أن ما ورد في المادة (3) من قانون علامات البضائع الأردني من جرائم ترتكب على العلامات التجارية يعتبر تكرارا لا داعي له، لأن قانون علامات البضائع هو خاص في البيانات التي توضع على البضائع التجارية ولم يقصد منه تنظيم العلامات التجارية لذلك نقترح على مشرعنا الأردني إعادة تسمية هذا القانون بقانون البيانات التجارية كما فعل المشرع المصري وأيضا إلغاء أي نص ورد فيه فيما يخص العلامات التجارية لأن المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية غطى جميع الجرائم التي من الممكن أن ترتكب على الحق في العلامة التجارية وكل ما يؤخذ عليه في هذا الصدد هو العقوبة التي فرضها لتلك الجرائم ، حيث فرض بموجب المادة (38) من هذا القانون الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة اشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو غرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة الآف دينار او بكلتا هاتين العقوبتين فالملاحظ أن عقوبة الحبس غير كافية ونقترح رفعها لتصبح جناية بدلا من جنحة كما لو كان الحد الأدنى سنة والحد الأعلى ثلاث سنوات مثلاً. وبالنسبة لعقوبة الغرامة لا يوجد هناك تناسب بين حدها الأدنى وحدها الأعلى.

والجرائم الخاصة بالعلامات التجارية هي:(284) (حمدان، 1999)

أ- جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية.

ب- جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير.

ج- جريمة بيع أو اقتناء بقصد البيع أو عرض للبيع بضائع عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عليها علاقة مملوكة للغير.

وإضافة الى العقوبات الأصلية هناك عقوبات إضافية وردت في الفقرة (4) من المادة (38) من قانون العلامات التجارية الأردني وهي المصادرة

والإتلاف، وبخصوص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية فإن حق المرخص لــه في استعمال العلامة هو حق شبيه بحق المستأجر كما بيّنت الدراسة مسبقا فهو يكتســب حقا شخصيا قبل مالك العلامة فيخوله استعمال العلامة ولا يتمتع المرخص لــه بحق مباشر على العلامة وبالتالي لا يملك إقامة الدعوى المدنية والجزائية ضد المعتدي وتبقى للمالك وحده حق إقامة هذه الدعوى. فالمشرع الأردني لم يعالج هذه المسألة بنصوص قانونية صريحة. في حين أن قانون العلامات التجارية البريطاني لســنة 1994 أعطــى للمرخص له ما لم يتفق على خلاف ذلك الحق في أن يباشر اجــراءات دعوى التعدي الحاصل بإسمه الخاص كما لو كان هو مالك العلامة وذلك في الحالتين التاليتين :

1- اذا رفض مالك العلامة التجارية المباشرة بهذه الإجراءات أو

2- أنه إذا لم يجب المرخص له على طلبه خلال شهرين من هذا الطلب الذي يكون مضــمونه مباشــرة الإجــراءات دعــوى التعدي ضد الإعتداء الحاصل على العلامـــة التجاريـــة محل عقد الترخيص وذك بموجب المادة (3/30) من هذا القانون.

ومــا تقترحه الدراسة على المشرع الأردني أن يمنح المرخص له مثل هذا الحــق لحماية العلامة التجارية المرخص باستعمالها إذا ما توانى مالك العلامة التجارية عن حماية حقه ضد الإعتداء الحاصل على العلامة التجارية محل عقد الترخيص وأن يشمل ذلك المباشرة في إجراءات الدعوى المدنية والجزائية على حد سواء.

ج- أنواع عقد الترخيص

تــم بحث هذا الموضوع تحت عنوان محل عقد الترخيص؛ لأن المرخص بـــه علامـــة تجاريـــة تكمن قيمتها فيما ترتبه من حقوق للمرخص له. وبما أن العقــد شــريعة المتعاقدين في حدود النظام العام والآداب العامة فإن للطرفيــن (المرخص والمرخص له) أن يحددا في العقد نطاق حق المرخص له.

وتم بحث هذا الموضوع في انبندين التاليين:

أ- من حيث نطاق الحقوق المرخص بها

ينقسم الترخيص بالنظر إلى الحقوق المتولدة عنه إلى :

1- الترخيص البسيط (الترخيص غير الأستئثاري) Non Exclusively License

الأصل في الترخيص أن يكون بسيطاً يجيز للمرخص أن يمنح تراخيص أخرى لغير المرخص له يحتفظ بحقه في الاستغلال (الحق الإحتكاري) رغم منحه الترخيص الأول، كما يكون من حق المرخص استعمال العلامة بنفسه. (285) (الصغير، 1993) وبذلك فإن المرخص له في ظل هذا النوع من الترخيص لا يقرر له الحق الإحتكاري في استعمال العلامة التجارية في المنطقة الجغرافية التي يحددها العقد لإنه يجوز للمرخص ولأي مرخص له آخر استعمال العلامة نفسها ولقد أشارت إلى هذا النوع من الترخيص الفقرة (2) من المادة (26) من قانون العلامات التجارية الأردني بقولها (... ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك).

وفي جميع الأحوال لا يجوز للمرخص له أن يتجاوز في استعمالها للعلامة حدود الاستعمال المتفق عليه وإلا أعتبر مقلداً للعلامة التجارية المرخص باستعمالها محل عقد الترخيص فمثلاً إذا نص العقد على استعمال العلامة التجارية على سلع معينة للمرخص له فعليه أن يضع هذه العلامة على تلك السلع يمتنع عليه الإخلال بشرط الترخيص.

2-الترخيص الوحيد Sole License

إن الترخيص قد يكون وحيداً مانعاً لا يجيز بنص العقد منح تراخيص أخرى لغير المرخص له مع استمرار المرخص له باستغلاله للعلامة التجارية محل عقد الترخيص. وذلك داخل المنطقة الجغرافية التي يحددها العقد إلا أن مالك العلامة التجارية (المرخص) يتحفظ لنفسه بالحق في استعمالها داخل هذه المنطقة دون قيد لأن الأصل أن عقد لا يمنع المرخص من استعمال العلامة

بنفســه ما لم يتفق على خلاف ذلك وهذا النوع من الترخيص يطلق عليه أيضا الترخيص المنفرد.

3- الترخيص الإستئثاري Exclusively License

إن الترخيص قد يكون استئثارياً وهو أقوى الأنواع حيث لا يجيز منح تراخيص أخــرى ولا يسمح للمرخص باستغلال العلامة التجارية محل عقد الترخيص أو اســتعمالها بنفســه.(286)(الزاقوت، 1994)، إلا أنه لا يترتب على هذا النوع من الترخــيص ســلب المــرخص حقــه فــي ملكــية العلامــة الــتجارية(287)(الصــغير،1993)وعلــيه لا يجــوز للمرخص منح ترخيص إتفاقي للغير داخل المنطقة الجغرافية التي يحددها عقد الترخيص الاستئثاري وإذا خالف المرخص هــذا يترتب على مخالفته نشؤ حق المرخص له في فسخ العقد وإسترداد المبالغ التي دفعها فضلاً عن التعويضات.(288) (الصغير،1993)

وبالمفاضلة بين أنواع التراخيص السابق ذكرها أعلاه فإن المرخص له قد يجــد من مصلحته أن يكون الترخيص إستئثارياً، لأن بهذا النوع من الترخيص يمنح المرخص له الحق الإستئثاري في استعمال العلامة التجارية محل العقد في المــنطقة الجغرافــية التــي حددها العقد وذلك حتى يمكن أن يجني ثمرة إنتشار العلامة التجارية وشهرتها التي تزداد يوماً بعد يوم دون أن يكون له منافس آخر يزاحمه في استعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص في المنطقة الجغرافية المحددة في العقد.

ب- من حيث أطرافه ومنطقته الجغرافية

ينقسم الترخيص بالنظر إلى أطرافه ومنطقته الجغرافية الى :

1- عقد الترخيص المحلي (الوطني)

يقصــد بقصد الترخيص باستعمال العلامة التجارية المحلي من ناحية الأطراف المــتعاقدة فــيه هــو ذلك التصرف القانوني الذي بموجبه يخول مالك العلامة الــتجارية ســواء أكان شخصا طبيعيا أو معنويا شخصاً آخر طبيعياً أو معنوياً

أيضـــا مقيمين داخل دولة واحدة ترخيصا باستعمال علامته التجارية مقابل مبلغ معيـــن يدفـــع مرة واحدة أو بشكل دوري خلال مدة معينة، أما عند النظر الى المـــنطقـــة الجغرافـــية التـــي يغُطيها الترخيص، فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يكون محليا (وطنيا) عندما تحدد المنطقة الجغرافية التي يغطيها الترخيص بمدينة أو مدن معينة بل قد تحدد بحي أو شارع معين وهذا النوع من الترخيص يكثر في الواقع العملي في دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية حيث تكـــثر فيها العلامات التجارية المشهورة من جهة وتحتوي على سوف إستهلاكي داخلي كبير من جهة أخرى.(289)(حداد،1998)

2-عقد الترخيص الدولي أو عبر الدول

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عند النظر الى الأطراف المتعاقدة فـــيه يكون دوليا اذا تم إبرامه بين أشخاص طبيعيين أو معنويين تختلف جنسية طـــرف عن الطرف الآخر بحيث يكون العقد عندئذٍ من العقود الدولية، أما عند النظر الى العقد المذكور من ناحية المنطقة الجغرافية التي يغطيها الترخيص فإن وضـــع تعـــريف لعقـــد الترخيص الدولي أو عبر الدول قد يبدو من الصعب أن يكون محل اتفاق.

ومن الناحية العملية فإن عقد الترخيص الدولي يفترض مثلا أن شركة (أ) مســـجلة لعلامة تجارية في بريطانيا في مجال الخدمة الفندقية وشركة ثانية (ب) مســـجلة لعلامـــة تجارية في دولة ثانية (الأردن) فتقوم الشركة (أ) بإبرام عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية مع الشركة (ب) بموجبه يسمح للشركة (ب) استعمال العلامة التجارية المملوكة للشركة (أ) في الأردن.

وعلـــى هـــذا الـــنحو يمكـــن القول أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يكون دوليا إذا ما وقع العقد على علامة تجارية مسجلة إبتداء في دولة ما لاستعمالها من قبل المرخص له في دولة أخرى أي في حال تجاوز استعمال العلامـــــة التجاريـــة حدود الدولة المسجلة بها لتستعمل في دولة أخرى. ولكن

لنفرض أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لم يحدد المنطقة الجغرافية التي يمارس فيها الترخيص، فما هو مصير هذا العقد ؟

تعـــتقد الدراســـة فـــي هذا الفرض لو حصل على أرض الواقع فإن العقد المذكور يبقى صحيحا نافذا بين طرفيه، لأنه يمكن تحديد المنطقة الجغرافية التي يمـــارس فيها الترخيص باستعمال العلامة التجارية من خلال الظروف المحيطة ومـــنها المراسلات السابقة بين الطرفين أو من العرف المحلي والدولي المعتمد فـــي العقود المماثلـــة لهذا العقد وما جرى عليه الواقع العملي في هذا النوع من العقود. فلو ضربت الدراسة المثال التالي : لو أن شركة (بيبسي كولا) أبرمت عقـــد ترخيص باستعمال علامة تجارية مع شركة أردنية وتم إجراء مفاوضات الـــتعاقد فـــي الأردن فهذا يشكل قرينة على أن الطرفين اتجهت نيتهما أن يكون مكـــان الترخيص في الأردن ولكن إذا لم تسعف مثل هذه الظروف المحيطة الى تحديـــد مكـــان الترخيص ومن باب أولى اذا لم يكن هذا المكان محدداً في العقد فـــترى الدراسة في هذه الحالة أن يكون العقد باطلاً، لأن تحديد مكان الترخيص له أهميته إذ على المرخص له التقيد به بحيث لا يستخدم العلامة التجارية خارج هـــذا المكـــان هذه من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن عدم تحديد مكان الترخيص ســـيؤدي إلـــى جهالة فاحشة وهذا يعد سبباً يطالب بموجبه المرخص إنهاء العقد وذلـــك لأن القوانين(290) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) التي أجازت الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية تنص على ضرورة أن يتضمن العقد قيداً مضـــمونه تحديـــد الـــنطاق الجغرافي لتسويق المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامـــة وتكمـــن أهمـــية التفرقة بين الترخيص الدولي والترخيص المحلي في أمريـــن : الاختصـــاص القضائي والقانون الواجب التطبيق على النزاع.(291) (حداد،1998)

ثانـــياً: تميـــيز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن غيره من التصرفات القانونية

إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يخول المرخص له سوى حق اســتعمال العلامة محل العقد ولذلك لا ينشئ له إلا حقــاً شخصياً في استعمال هذه العلامة وبالتالي فإن ذلك لا يؤثر على ملكية العلامة التجارية العائدة الى المرخص.

ومـــع ذلـــك قد يختلط هذا العقد بغيره من العقود كعقد التنازل عن العلامة وعقـــد الفرانشـــايز وعقد العمل وعقد التمثيل التجاري (الوكالة والتوزيع) ولذلك ســـوف تمـــيز الدراسة بين هذه العقود وبين العقد المذكور وذلك بالقدر الذي يساعد على إبراز مفهوم العقد محل الدراســـة.

وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية:

اولاً : عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد التنازل عن العلامة التجارية

إن عقـــد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية لا ينقل ملكية العلامة الى مستعملها وكل ما يخولـــه هذا العقد هو أن يتمتع المرخص له بحق استعمال العلامة التجارية محل هذا العقد، ولذلك فإن حق المرخص له في استعمال العلامة التجارية حق شبيه بحـــق المســـتأجر، فهـــو يكتســـب حقـــاً شخصـــيا قبل صاحب العلامـــة يخولـــه اســـتعمالهـــا. وهو بهذه الصورة يتميز عن غيره من الحقوق التى ترد على ملكيـــة العلامـــــة التجاريـــة كعقد التنازل عن العلامة التجارية. فعقد التنازل عن العلامة الـــتجارية يرد على ملكيتها لا على المنفعة.(292)(الصـــغير، 1993) والتنازل بعوض عن العلامة التجارية هو عقد بيع بحسب القانون المدني الأردني (293)(القانون المدني الاردني، 1976) بغض النظر عما اذا كان المقابل نقداً أو مالاً آخر .

ولقـــد أقر قانون العلامات التجارية الأردني حكما بجواز التنازل عن العلامة الـــتجارية بدون نقل ملكية المحل التجاري الذي تستعمل العلامة التجارية في تمييز بضـــائعه أو منـــتجاته أو خدماته بموجب المادة (1/19) منه. ومع ذلك تنتقل ملكية

العلامـــة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري إذا كانت ذات إرتباط وثيق به ما لم يتفق على خلاف ذلك.(294)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

كمـــا أقـــرت اتفاقـــية الجوانـــب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقـــية تـــر يبس) حكمـــا بجواز التنازل عن العلامـــة التجارية مع أو بدون نقل المنشـــأة أو المحـــل الـــتجاري (295)(اتفاقية تريبس، 1994) وهذا الحكم يخالف ما قررته اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية حيث إنه يجوز للدول الأعضاء الربط بيـــن التـــنازل عن العلامة التجارية والمحل التجاري بحيث لا يجوز التصرف في العلامـــة التجارية استقلالا عن المحل التجاري. (296) (اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، 1883)

والتـــنازل عـــن العلامة التجارية يعد بذاته عملا تجاريا ويخضع بالتالي لمبدأ الرضائية ومبدأ حرية الإثبات فيما بين المتعاقدين(297) (عباس، 1971).

أمـــا بالنســـبة للغـــير فـــلا يكون حجة عليه إلا بعد التأشير بذلك في سجل العلامـــات التجارية وشهر التصرف (298)(قانون العلامات التجارية الاردني،1999) علـــى اعتـــبار أنه تصرف ناقل لملكية العلامة التجارية .كما وقد يكون التنازل عن العلامـــة الـــتجارية بدون عوض وفي هذه الحالة يعتبر التنازل عملا مدنياً لأنه يلزم حـــتى يكون العمل تجاريا أن يكون بمقابل(299) (قانون التجارة الاردني، 1966) ومن المتصور أن تقدم العلامة التجارية كحصة عينية يكتتب بها في رأسمال شركة أموال معيـــنة والـــرأي الـــراجح أنه يعتبر الاكتتاب عملا تجاريا لارتباطه الوثيق بتجارية تأسيس الشركة المساهمة العامة(300) (صرخوه، 1982)

والتنازل عن العلامة التجارية قد يكون :

أ- تـــنازلا كلـــيا مـــتى كان ناقلا للملكية وذلك بالبيع أو المقايضة أو الهبة أو بتقديم العلامـــة الـــتجارية حصة عينية في شركة وهذا التنازل ينقل الى المتنازل ملكية العلامـــة بمجـــرد العقـــد ولا يحتج به قبل الغير إلا بتسجيله في سجل العلامات التجارية كما بينت الدراسة آنفاً.

ب- تــنازلاً جزئياً متى كان ينصب على بعض الحقوق التي ترد على العلامة دون الــبعض الآخر بأن إحتفظ صاحب العلامة التجارية مثلا لنفسه باستعمال العلامة مــع تقرير حق استعمالها للغير(301)(الصغير، 1993) وعلى المتنازل جزئيا عن العلامـــة الــتجارية أن يســتعملها وفقا للشروط المتفق عليها، وعادة يتقرر حق اســتعمال العلامـــة لشــخص معين لانتاج نفس المنتجات في حدود حاجات دولة معيــنة بحيــث يقتصر حقه في استعمالها على حدود تلك الدولة أو كما لو تطلب الأمـــر بــيع أحــد فروع محل تجاري التنازل لمشترى الفرع تنازلا جزئيا عن العلامـــة الــتجارية بحيث يقتصر حقــه في استعمالهــا على حــدود المدينة أو الإقلــيم الكــائــن بـــه هــذا الفـــرع.(302)(عباس، 1971)

وبعــد أن تطرقــت الدراســة الى عقد التنازل عن العلامة التجارية بصورة موجــزة يثور التساؤل حول مدى اختلاط عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعقد التنازل عنها ؟

إن حــق المــرخص له في استعمال العلامة التجارية يأخذ نفس مركز مستأجر العقــار لانـــه لا يملــك العلامة التجارية مثله مثل المستأجر إذ لا يمتلك العين محل الإيجار مهما طالت مدة الإجارة فهو يكتسب حقا شخصيا قبل صاحب العلامة ولذلك لا يملــك إقامـــة دعــوى التقليد ضد مغتصب العلامة ويبقى للمالك وحده إقامة هذه الدعوى.(303) (عباس، 1971)، فمن هذه الزاوية، قد يلتبس عقد الترخيص باستعمال العلامـــة التجارية بالتنازل عن العلامة فتدق التفرقة بينهما والعبرة عندئذ لما اتجهت إليه إرادة الأطراف المتعاقدة وعليه :

أ- إذا ورد فـــي عقد الترخيص نصوصا صريحة تعني نقل ملكية العلامة أو التنازل عـــنها كما لو نص في عقد الترخيص أنه من حق المرخص له رفع دعوى تقليد العلامـــة أو أن يضـــمن هــذا العقد أن المرخص يتنازل عن الحق في استعمال العلامـــة التجارية، فإن تضمين عقد الترخيص شروطا من هذا القبيل تعتبر قرائن قويـــة أن الطرفين إتجهت ارادتيهما الى أن العقد المبرم بينهما هو عقد تنازل عن

العلامـــة وليس مجرد ترخيص باستعمالها لأن إيراد مثل هذه الشروط هي بالقطع تبعدنا عن نطاق عقد الترخيص.(304)(عمار، 1987)

ب-أحيانا قد يتضمن عقد التنازل عن العلامة التجارية نصوصا كما لو تضمن نصا يـــتعلق بالطـــابع الـــدوري للمقـــابل الـــنقدي المـــتفق علـــيه بيـــن الطرفيـــن (المتنازل Transferor والمتنازل إليه Transferee) وحرمان المتنازل إليه من حق التـــنازل عـــن العلامـــة التجارية للغير ، فمثل هذه النصوص تشير الى أن إرادة الطرفيـــن قد اتجهت الى اعتبار العقد من قبيل الترخيص باستعمال العلامة وليس التنازل عنها.

وعلى هذا النحو، فإن المسألة مسألة تكييف للعقد هل هو عقد ترخيص أم هو عقد تنازل ؟

إن تكيـــيف العقد هل هو عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية أم هو عقد تنازل عنها قد يكون في بعض الحالات مسألة دقيقة إذ لاعبرة للألفاظ التي يستعملها المـــتعاقدان اذا تبيـــن أنهمـــــا اتفقـــــا على عقد غير العقد الذي سمياه فقد يكونان مخطئيـــن في التكييف وقد يتعمدان إخفاء العقد الحقيقي تحت اسم العقد الظاهر كما فـــي الوصـــية يخفيها الموصي تحت ستار البيع.(305) (السنهوري، ص6)، والتكييف مســـألة قانونـــية لا مسألة واقع فهي تخضع لرقابة محكمة التمييز ولا تتقيد محكمة الموضـــوع بتكييف المتعاقدين للعقد بل تصحح هذا التكييف من تلقاء نفسها. كما أن التكيـــيف يســـبقه تفســـير إرادة المتعاقديـــن فإذا استخلص قاضي الموضوع إرادة المتعاقديـــن أنـــزل علـــيها حكـــم القانون لتكييف العقد والكشف عن ماهيته.(306) (السنهوري، ص6)

ومســـألـــة التكييف الصحيح للعقد وهل هو عقد ترخيص أم عقد تنازل ذات أهمـــية كبيرة، لأنه اذا تبين أن التكييف الصحيح للعقد خلاف الذي سمياه المتعاقدين فـــإن القواعـــد القانونية للعقد الذي كيفه القاضي هي التي ستطبق على اتفاقهم وليس القواعـــد القانونية للعقد الذي سمياه وعليه اذا أطلق الطرفان عليه اسم عقد ترخيص

باستعمال العلامة التجارية وثبت أنه عقد تنازل عن العلامة فإن القواعد القانونية لعقد التنازل هي التي ستطبق وليس القواعد القانونية لعقد الترخيص.

يتضح للدراسة مما سبق، أن الترخيص باستعمال العلامة التجارية يختلف عن التنازل عن العلامة إذ أن التنازل عنها ينصب على حق ملكية العلامة التجارية في حين أن الترخيص باستعمال يرد على حق شخصي للمرخص له يخوله استعمال العلامة محل العقد دون أن يؤثر على ملكيتها.

ويترتب على الاختلاف ما بين هذين العقدين ما يلي :

أ- أن للمرخص له حق شخصي في حين أن للمتنازل إليه حق عيني على العلامة التجارية يستطيع بمقتضاه التصرف في العلامة التجارية بالبيع أو الهبة أو الترخيص باستعمالها في حين لا يستطيع المرخص له ذلك وانما عليه استعمال العلامة شخصيا.

ب-طالما أن حق المتنازل إليه على العلامة التجارية هو حق عيني فهذا يعني أنه ينتقل بكافة الأسباب لنقل الملكية ومن بينها الإرث(307)(القانون المدني الاردني، 1976) ففي حالة وفاته ينتقل هذا الحق العيني الى ورثته ، أما المرخص له فحقه حق شخصي غير قابل للانتقال الى الغير وينتهي بمجرد انتهاء مدة العقد أو بوفاته ما لم يتفق على خلاف ذلك.

ثانياً : عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد الفرانشايز

الفرانشايز (Franchising) هو إسلوب مبتكر إبتدعته حاجات التجارة لزيادة حجم المشروع وتوسيع دائرة نشاطه، وذلك بالترخيص لمشروع أو عدة مشروعات أخرى ببيع المنتجات أو تقديم الخدمات وذلك بإتباع شكل معين (Business Format) ونظام تجاري(Trade Style) معين يخص المشروع للمرخص (Franchisor)(308) (الصغير، 1993) وتعود جذور الفرانشايز الى الخمسينات من القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية.(309)(Trade mark licensing and franchising) وتم بحث هذا الموضوع ضمن البندين التاليين :

أ- تعريف الفرانشايز وسماته

الفرانشـــايز هــو نظــام إنشاء المحلات التجارية بموجب إمتياز عائد الى شركة رئيســية وهــو مفهــوم أمريكي فريد نشأ وتطور في الولايات المتحدة الأمريكية ويعتبر من أهم وأنجح أساليب التجارة في القرن العشرين.(310)(مجلة حماية الملكية الفكــرية، 1995) ويعرف بأنه عقد يتم بين شخص يسمى المرخص وشخص أخر يسمى المرخص له يسمح بموجبه للمرخص له أن يمارس خلال مده زمنية معينة عمــلا معيــنا تحــت إســم يخــص أو مملــوك للمــرخص تحــت ســيطرته ورقابته.(311)(الكندري، 2000) ويتسم الفرانشايز بعدد من السمات التي تميزه عن العقود الأخرى تتمثل في:

1-أنــــه اتفــاق ينشأ بيــن مشروعات مستقلة ويظل الاستقلال قائمـــاً أثناء تنفيذ العقد.(312)(النجار، 2001)

2- يتميز الفرانشايز بأن المرخص له يملك رأس مال المشروع الذي يقوم بإدارته ويتمــتع في علاقته بالمرخص بإستقلال قانوني(313)(الصغير، 1993) فيما يخص إنفصال الذمة المالية.

3-يعتبر الفرانشايز من عقود الاعتبار الشخصي وهو بهذه السمة يأخذ طابعاً خاصاً ذلك الطابع الذي يؤكد حقيقة المراكز الواقعية للأطراف المتعاقدة.

4-تعتبر المعرفة الفنية عنصراً جوهريا في هذا العقد.(314)(النجار، 2001)

وهــذه السمة تثير مسألة التمييز بين الفرانشايز والإلتزام أو الإمتياز التجاري ويمكن التمييز بين هذين العقدين من حيث :

أ-منشــأ كــل منهما : فالفرانشايز ترجع جذوره التاريخية الى الخمسينات من القرن العشــرين فــي الولايات المتحدة الأمريكية، في حين أن الالتزام التجاري نشــأ فــي فرنســا.(315)(عمار، 1992)

ب-محـــل كـــل مــــنهمـــا : مـــن الجائز أن يكون محل كل من العقدين المذكورين ترخيصـــا باستعمال العلامة التجارية إلا أن مضمون هذا الاستعمال يختلف، ففي الفرانشـــايز يكـــون اســـتعمال العلامة التجارية بهدف تسويقي حيث يتيح أفضل الفرص لدخول السوق والتوسع التجاري للمرخص له، بينما في الالتزام التجاري يكون استعمال العلامة التجـــارية بهـــدف تسويق بضاعة المــــرخص نفسه.(316) (النجار،2001)ويترتب على ذلك أن المعرفة الفنية تشكل العنصر الرئيس في عقد الفرانشايز عما هو عليه في عقد الالتزام التجاري.

ج-من حيث طبيعة ونطاق المعرفة الفنية

إذا مـــا تضمن عقد الفرانشايز وعقد الالتزام التجاري ترخيصا باستعمال العلامة التجارية وكان الترخيص يقترن بنقل المعرفة الفنية فإن نطاق المعرفة الفنية يتسع في عقد الفرانشايز عنه في الالتزام التجاري، كما أن عقد الفرانشايز يقترن بتقديم المساعدة والمشورة الفنية دون اشتراط ذلك في عقد الالتزام التجاري.

د- من حيث عنصر السيطرة والرقابة المستمرة التي يمارسها المرخص على عمل المرخص له، فإن الهدف من هذه السيطرة والرقابة هو تحقيق وتوفير شكل موحد وثابـــت لشـــبكة الترخيص أي مجموع المرخص لهم ولضمان جودة المنتجات أو الخدمـــات المقدمـــة الـــى جمهور المستهلكين نظراً لارتباط هذه الجودة بالعلامة التجارية أو بالسمعة التجارية للمشروع المرخص(317)(الكندري،2000)، في حين أن عقد الالتزام التجاري لا توجد فيه رقابة وسيطرة من هذا القبيل وهكذا نجد أن عقد الفرانشايز أوسع وأشمل من عقد الإلتزام التجاري.

ب-أنواع الفرانشايز

إن الفرانشـــايز يعـــتمد على شهرة الأسم التجاري والعلامة التجارية واستعمالها بصورة تكفل جذب جمهور المستهلكين والتوسع التجاري ، لذلك فهو يقترب في كثـــير من الوجوه مع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية سواء من حيث اشتراط رقابة الجودة ومن حيث سيطرة المرخص على أعمال المرخص له في

المحـل الـتجاري الذي تميز العلامة التجارية المرخص باستعمالها بضائعه أو منـتجاته أو خدماتـه ومـن حيث الرقابة التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له أثناء تنفيذ العقد ومن حيث أنه من عقود الاعتبار الشخصي.

إلا أنه مع ذلك يختلف عن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أنـه يعتمد كلياً على السمعة التجارية للمشروع المرخص وطريقة بيع المنتجات أو الخدمـات أو عرضـها تلك التي يقدمها هذا المشروع معتمداً على المعرفة الفنية للمرخص(318) (الكندري،2000)

وستتضـح للدراسـة أوجـه الاختلاف ما بين عقد الترخيص باستعمال العلامـة الـتجارية وعقد الفرانشايز عند بحث أنواع الفرانشايز؛ وذلك لأن هذا الأسـلوب يتحقق بأكثر من صورة تشترك جميعها في كونها اتفاقاً على كيفيـة اسـتغلال العلامـة الـتجارية للمـرخص وطريقة مراقبة المرخص لاعمال المرخص له.

أولاً:فرانشايز التصنيع.

(Manufacture under license of patented or proprietary product)

هـذا الـنوع مـن الفرانشايز يعتمد بصورة أساسية على نقل المعرفة الفنية لتصـنيع المنتجات أو تجميعها من المرخص إلى المرخص له. وعادة ما يكون محل هـذا العقـد الترخيص بإستغلال براءة اختراع أو نقل معرفة صناعية حيث يحصل المـرخص له على الترخيص بإنتاج سلع طبقا للمعايير المقدمة من المرخص وتحت مراقبـته.(319) (عمـار، 1992) وبموجـب هـذا العقد يقوم المرخص له بتصنيع المنتجات محل الترخيص وتوزيعها والتي تحمل العلامة التجارية للمرخص مستعينا بخبرات المرخص في هذا المجال وتتمثل هذه الخبرات في مراقبة المرخص لاعمال الإنتاج للتأكد من جودة المنتجات والتي عادة ما يقوم المرخص بتحديد نماذج قياسية يجـب مـراعاتها وهـذه المنتجات تحمل العلامة التجارية للمرخص وتكون مطابقة للمواصفات التي يحددها.(320) (الصغير، 1993)

و هــذا الــنوع من الفرانشــايز يكثر إستخدامه في مجــال صناعــات المياه الغازيـــــة (Softdrinks) فــالعقود التـــي تــبرمهــا شركتــا الكوكا كولا والبيبسى الأمريكيتان عادة ما تأخذ هذا النوع من الفرانشايز.(321)(الكندري، 2000)

ثانيا : فرانشايز التوزيع

(Distributing franchise or Distributorship Agreements)

وفي هذا النوع من الفرانشايز يقوم المرخص بتوريد المنتجات محل الترخيص خـــلال مـــدة العقـــد بحيث يقوم المرخص له بتسويق هذه المنتجات من خلال نظام توزيـــع معيـــن ويكـــون للمـــرخص له أن يستخدم الاسم التجاري للعلامة التجارية المملوكة للمرخص.

وفـــي هذا النوع يمارس المرخص الرقابة والسيطرة والأشراف على أعمال المـــرخص لـــه الـــذي يكـــون ملتزماً باتباع وسائل التسويق الفنية المتبعة من قبل المرخص كما يقوم المرخص بتقديـــم المساعدات الفنية في مجال توفير قطع الغيار والإعلانات وخدمات الصيانة.(322)(الصغير، 1993)

وهـــذا الـــنوع مـــن الفرانشايز عادة يقترن بإعطاء المرخص له حق القصر، بمعـــنى أن يكـــون المرخص له هو الموزع الوحيد للمنتجات في المنطقة الجغرافية الممنوح فيها الفرانشايز وهو يعرف بعقد التوزيع الحصري.(323)(الكندري، 2000)

ويكثر استخدام هذا النوع من الفرانشايز في مجال بيع السيارات وقطع الغيار المركبات والأحذية والدراجات.

ثالثاً : فرانشايز البنيان التجاري (Business format franchis)

العلامـــة الـــتجارية والاســـم الـــتجاري ليسا جزاء من المعرفة الفنية (324)(الـــنجار، 2001) وإنمـــا فـــي هذا النوع من الفرانشايز يعبران عنها ويلعبان دوراً مزدوجاً في الترويج لها ذلك إما بجذب المرخص لهم للانضمام إلى عقد ألفرانشايز وإما بجذب جمهور المستهلكين للتعامل مع المشروع المملوك للمرخص حيث يعتمد

هـــذا الـــنوع من الفرانشايز على اسم المرخص التجاري وعلامته التجارية بصفة أساسية.

وفـــي هذا النوع من الفرانشايز فإن المرخص يقوم بإبرام عدة عقود فرانشايز مـــع عدد كبير من المرخص لهم الذين يختارهم قد يصل عددهم في بعض الحالات الـــى عـــدة آلاف، وبموجب هذا النوع من الفرانشايز يستخدم كل مرخص له الاسم الـــتجاري والعلامـــة الـــتجارية للمـــرخص ويقـــدم منتجات وسلع وخدمات متماثلة وبمواصـــفات معـــتمدة مـــن حيث الشكل والنوعية والجودة لأن جميع المرخص لم يخضـــعون لـــرقابة واحـــدة من المرخص ومع ذلك فإن كل مرخص له مستقل عن الآخـــر استقلالاً قانونياً أي إنفصال الذمة المالية لكل من المرخص والمرخص لـــه من ناحية وانفصالها بالنسبة لكل مرخص له عن المرخص له الآخر ، ومع ذلك فإن جمـــيع المـــرخص لهم يظهرون أمام جمهور المستهلكين كشبكة واحدة نظراً لانهم يســـتخدمون الاسم التجاري والعلامة التجارية للمرخص. وهو ما يطلق عليه بوحدة الشـــبكة مـــن خـــلال ارتـــباط العلامـــة التجارية والاسم التجـــاري بالمشـــــروع المرخص.(325) (النجار، 2001)

وبمـــا أن الهدف الرئيس من هذا النوع من الفرانشايز هو أن المرخص يمكّن المـــرخص لـــه مـــن استخدام اسمه التجاري وعلامته التجارية بصورة مستقلة عنه فذهـــب بعـــض الفقه(326)(الكندري، 2000) الى اعتبار هذا النوع من الفرانشايز من قبيل تأجير العلامة التجارية أو الاسم التجاري.

ويكـــثر استخدام هذا النوع من الفرانشايز في كثير من المجالات منهـــا على ســـــــبيل المثال في مجال مطاعم الأكل الســـريـــع(327) (الفرانشايز-ظاهرة امريكية تغـــزو العـــالم،37) مـــثل (مكـــد ونـــالدز) و(بيرغركينغ) و(كنتكي فرايد تشكن) و (بيتزاهات) و(روى روجرز)، ومكاتب تأجير السيارات ومجال الفنادق والمحلات الـــتجاريـــة التي تقدم سلعـــاً أو بضائـــــع ذات علامات مشهورة أو تلك التي تقدم خدمات لجمهور المستهلكين.(328) (الصغير، 1993)

يتضـــح للدراســـة مما تقدم أن هذا النوع من الفرانشايز أقرب الأنواع الثلاثة للفرانشايز لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نظرا لأنه يعتمد بصفة أساسية علـــى شـــهرة العلامـــة الـــتجارية وتعريف جمهور المستهلكين بها حيث اعتاد هذا الجمهـــور على طلب المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تحمل تلك العلامة والتي تكـــون غالبا من العلامات التجارية ذات الشهرة الدوليـــة، ولذلك ذهب البعض(329) (عمار، 1992) الى اعتباره عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية.

كمـــا اتضـــح للدراسة أن عقد الفرانشايز يقترب في بعض الوجوه من عقد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية من حيث أن اسم المرخص وعلامته التجارية تعتـــبر حجـــر الزاوية في عقود الفرانشايز ومع ذلك فإن هذين العقدين يختلفان من حيث :

1- فـــي عقـــد الفرانشـــايز فـــإن المعرفة الفنية تعتبر عنصراً جوهريا حيث يلتزم المـــرخص بنقل هذه المعرفة الى المرخص له(330)(النجار، 2001) في حين أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يلتزم المرخص بنقل المعرفة الفنية الى المرخص له في أغلب الأحوال.

2-عقد الفرانشايز يعتمد كليا على السمعة التجارية للمشروع المرخص وطريقة بيع المنـــتجات أو الخدمـــات أو عرضها تلك التي يقدمها هذا المشروع معتمداً على المعـــرفة الفنية للمرخص بعكس عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية حيث يعـــتمد كلياً على شهرة العلامة التجارية المملوكة للمرخص ومدى إقبال جمهور المستهلكين على طلب المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تحمل هذه العلامة .

3- عقـــد الفرانشايز يشمل تقديـــم المساعدة الفنيـــة والتدريب والمشورة والنصـــح للمرخص له(331) (عمار، 1992)، في حين أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يشمل ذلك .

4س- عقد الفرانشايز غالبا ما يتضمن :

أ-الترخيص باستغلال البراءة أو نقل معرفة صناعية.

ب-الترخـــيص بأي حق من حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى كالترخيص بالعلامـــة الـــتجارية الخاصة بالمرخص، في حين أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ينصب بشكل رئيسي على العلامة التجارية ومع ذلك قد يقترن إضـــافة الى الترخيص باستعمال العلامـــة بنقل المعرفة الفنية الى المرخص له في بعض الأحيان.(332)(الصغير،1993) ويرى البعض أن عقد الامتياز التجاري هـــو نفسه عقد الفرانشايز بصورته الجديدة(333) (الكندري، 2000)، إذ يرون أن الفرانشـــايز لـــيس في حقيقته سوى الشكل الأمريكي لعقد الإمتياز، بينما يرى الـــبعض الآخر(334)(الصغير، 1993) و-بحق- أن عقد الامتياز التجاري يختلف عـــن عقـــد الفرانشـــايز، لأن عقد الفرانشايز على ثلاث صور ومنها فرانشايز الـــتوزيع فمـــن هـــذه الناحـــية قد يدق التمييز بين عقد الامتياز التجاري وعقد الفرانشـــايز؛ لأن هناك عقد الامتياز الذي يقوم المتلقي بدور الموزع من خلال قيامه ببيع وعرض منتجات المانـــح في محلـــه التجاري حسب الكيفيـــة المتفق عليها مع المانح.(335)(عمار، 1992)

وبالـــرغم من ذلك يبقى عقد الإمتياز مختلفاً عن عقد الفرانشايز من ناحية أن المـــرخص فـــي عقد الفرانشايز يلتزم بتقديم المعرفة الفنية الى المرخص له، إذ أن المعرفة الفنية هي جوهر هذا العقد كما أنه يعتمد بصفة أساسية على الاسم التجاري والعلامـــة الـــتجارية للمـــرخص وللمرخص له حق استعمالها، بينما عقد الإمتياز التجاري هو عقد من عقود التوزيع الشامل يتضمن إلتزامات متبادلة لتنظيم عمليات البيع والشراء.(336) (عمار، 1992)، ومن ناحية أخرى فإن عنصر السيطرة والرقابة المســـتمرة التي يمارسها المرخص على أعمال المرخص له في عقد الفرانشايز أشد وأكـــثر وضـــوحاً مـــن إشراف ورقابة المانح لمتلقي الإمتياز. ويغطي أسلوب منح الإمتـــياز الـــتجاري مجالات متعددة مثل مجال الفنادق والمطاعم وإيجار السيارات وتعبـــئة المـــياة الغازيـــة وإيجار المحلات التجارية وفي مجالات أخرى كالأجهزة الكهربائية مثال الراديو والتلفزيون والأجهزة المنزلية.

وأخيراً فإن المتلقي في عقد الإمتياز التجاري يعد تاجراً يتحمل مخاطر شراء البضائع والمنتجات محل هذا العقد.(337)(القليوبي، 1987)

ثالثا : عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد العمل

نظم القانون المدني الأردني عقد العمل في الفصل الثاني من الباب الثالث الخاص بالعقود الورادة على العمل وذلك في المواد (805-832) وعالج قانون العمل الأردني رقم (8) لسنة 1996(338)(الجريدة الرسمية،4113) والمعدل بالقانون رقم (11) لسنة 1999(339)(الجريدة الرسمية، 4338)عقد العمل الفردي في الفصل الرابع تحت عنوان ((عقد العمل)) في المواد (15-35) في حين تناول الفصل السادس عقد العمل الجماعي في المواد (39-44).

وبالرجوع لتعريف عقد العمل في القانون المدني الأردني نجد أن المادة (805) تعريفه بأنه:(عقد يلتزم أحد طرفيه بأن يقوم بعمل لمصلحة الآخر تحت إشرافه أو إدارته لقاء أجر) .وهذا التعريف لا يختلف عن طريق تعريف عقد العمل الذي أوردته المادة (12) من قانون العمل الأردني بأنه: (إتفاق شفهي أو كتابي صريح أو ضمني يتعهد العامل بمقتضاه أن يعمل لدى صاحب العمل تحت إشرافه أو إدارته مقابل أجر ويكون عقد العمل لمدة محدودة أو غير محدودة أو لعمل معين أو غير معين).

ويتميز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن عقد العمل من حيث أن قانون العمل لا يخضع له إلا العامل وحده أما المرخص له فلا يخضع لهذا القانون ولا يستفيد من أحكامه ومن مزاياه ومنها تحديد ساعات العمل اليومي والإجازات بأنواعها وتقدير الأجر وإصابات العمل والفصل التعسفي(340)(قانون العمل الاردني، 1999)، ومن ناحية أخرى فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يرد على الإنتفاع بالعلامة لا على العمل.

ومع ذلك قد يلتبس عقد الترخيص باستعمال العلامة بعقد العمل في بعض الأحيان، ذلك أن الأطراف المتعاقدة قد يطلقون إسم عقد معين على أي إتفاق بينهم

لكــن أوصاف هذا الإتفاق لا تنطبق على هذا الإسم أو أن الإسم لا ينطبق عليها كأن يســموا إتفــاقهم عقد ترخيص لكن مضمونه عقد عمل كما لو ضمن العقد نصوصاً يقصــد بهــا إظهاره على أنه عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية على خلاف الواقــع حتى يخضع لقانون العمل مع ما يترتب على ذلك من تحمل صاحب العمل لإعــباء مالية وإستفادة العامل من إمتيازات قانون العمل بإعتباره الطرف الضعيف فــي علاقة العمل وقوانين الضمان الإجتماعي أو يجعلوا إتفاقهم عقد عمل وهو في حقيقــته عقد ترخيص باستعمال العلامة التجارية، ففي مثل هذه الأحوال فان المسألة تــتعلق بتكيــيف العقد ومن المستقر أن العبرة في تكييف العقد بحقيقة الواقع والنية المشــتركة التــي إتجهت إليها إرادة الأطراف المتعاقدة دون الاعتداد بالألفاظ التي وردت في هذه العقود والتكييف الذي أسبغه الطرفان عليها فالقاضي هو الذي يختص بتحديد الوصف القانوني الصحيح للعقد.(341)(الاهواني، 1991)

ويتمــيز عقــد العمل عن غيره من العقود بوجود علاقة تبعية قانونية فيما بين العــامل وصــاحب العمــل ولا يتمتــع العامل بأي إستقلال في مواجهــة صاحب العمــل.(342) (ابــو شنب، 1998)، ويقصد بالتبعية القانونية وجود العامل في مركز قانونــي معيــن ينشئ على عاتقه إلتزاما بطاعة صاحب العمل في أداء العمل وفي المقــابل فإن لصاحب العمل الحق في توجيه العامل والإشراف عليه(343)(ابو شنب، 1998) وعلــيه فإن من يعمل لحساب نفسه لا لحساب صاحب العمل لا يعتبر عاملا بهــذا المفهوم.(344)(ابو شنب، 1983) وبذلك أخذت محكمــة التمييز الأردنيــة فقد جاء في قرار لها : (من المتفق عليــه فقهاء وقضاء أنه لكي يعتبر العقد عقد عمل يجــب أن يعتمد على أمرين أولهمــا : تبعية العامل لرب العمل وثانيهما : حصوله على أجر لقاء عمله، وأن المقصود بالتبعية أن يضع العامل نفسه في خدمة صاحب العمــل وتنفيذ العمل وفق أوامره وتحت إدارته وإشرافه وأن يرسم له طريق العمل وحدوده وأن يحاسبه على عمله).(345)(مجلة نقابة المحامين الاردنيين،1990)

وعلــى هذا النحو، نجد أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يختلف عن عقد العمل من حيث :

1- أن مركـز المـرخص له في عقد الترخيص يختلف عن مركز العامل في عقد العمل ، فالمرخص له يتمتع بإستقلال قانوني في علاقته بالمرخص ولا ينال من هـذا الإستقلال إشراف ورقابة المرخص للمرخص له لأن هدف هذا الإشراف والـرقابة هو تحقيق الأهداف المرجوة من العقد خاصة فيما يخص رقابة جودة المنتجات أو السلع أو الخدمات ومن مظاهر هذا الإستقلال :

أ-إنفصال الذمة المالية للمرخص له عن الذمة المالية للمرخص.

ب-ملكية المرخص له للمحل التجاري الذي يقوم على إدارته.

فـي حين أن العامل في عقد العمل لا يتمتع بإستقلال عن صاحب العمل إذ يبقى في علاقة تبعية قانونية لصاحب العمل.

2-إن المـرخص له يمارس عمله لحسابه الخاص في حين أن العامل يعمل لحساب صاحب العمل لا لحسابه الخاص وإلا لا يعتبر عاملا.

3- بالـرجوع إلـى قانون العمل الأردنـي تجد الدراسة ان المشرع الاردني وفي المـادة (2) مـنه يعرف العامل بأنه : (كل شخص ذكراً كان أو انثى يؤدي عمـلاً لقاء أجر ويكون تابعا لصاحب العمل وتحت إمرته ويشمل ذلك الأحداث ومـن كـان قيد التجربة أو التأهيل). يستفاد من هذا النص أن العامل لا بد أن يكـون شخصـا طبيعـيا لانه لا يتصور أن يكون العامل إلا إنسانا أي شخصا طبيعـيا(346)(ابو شنب،1983)، أما الشخص المعنوي لا يمكن أن يكون عاملا إذ تنسـب جمـيع مجهوداتـه وأعمالـه إلـى القائمين على إدارته من الأشخاص الطبيعيين.

وبهذا يختلف عقد الترخيص باستعمال العلامة عن عقد العمل لإنه ليس هناك مـا يمـنع قانونا أن يكون المرخص له شخصاً معنوياً.(347)(قانون العلامات التجارية الاردنـي، 1999) ويترتب على هذه التفرقة فيما بين العقدين المذكورين، أنه يسرى قانون العمل وقانون الضمان الإجتماعي على عقد العمل وأن قانون العمل هو الذي يحكـم العلاقة التعاقدية ما بين العامل وصاحب العمل، أما في حالة عقد الترخيص

فـــإن الـــذي يحكم العلاقة التعاقدية بين المرخص والمرخص له هو سلطان الإرادة للأطراف في حدود النظام العام والآداب العامة.

رابعا : عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد التمثيل التجاري

إذا ما نظرت الدراسة إلى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نجده من ناحية الإلتزامات الناشئة عنه مزيجا من عدة عقود ومن ضمنها عقد التمثيل التجاري الذي يقسم إلى : عقد الوكالة التجارية وعقد التوزيع التجاري بموجب المادة (2) من قـــانون الوكـــلاء والوسطاء التجاريين الأردني رقم (28) لسنة 2001.(348)(الجريدة الرسمية، 4496)

ويعـــد ممثلا تجاريا (Commercial Representatve) من كان مكلفا من قبل الـــتاجر بالقيام بعمل من أعمال تجارته سواء كان ذلك في محل تجارته أو في محل آخر.(349)(القليوبي، 1987)

هـــذا ولـــم يـــتطرق قانون التجارة وقانون الوكلاء والوسطاء التجاريين إلى تعـــريف الممثل التجاري واكتفى بأن أضفى عليه تارة صفة المستخدم وتارة أخرى صفة الوكيل العادي وذلك بالنظر إلى طبيعية العقد المبرم بينه وبين التاجر من حيث مدى إرتباطه أو إستقلاله في العمل.(350)(قانون التجارة الاردني، 1966)، في حين أن المشرع المصري نص في المادة (676) من القانون المدني على سريان أحكام عقد العمل على العلاقة بين أرباب الأعمال وبين الممثلين التجاريين والطوافين والجوابين ومندوبي التأمين.(351)(عبدالصبور، 1985)

ويـــتفق عقد التمثيل التجاري مع عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من حيث:

1- أن فـــي كلا العقدين المذكورين هناك بضائع أو سلع أو خدمات يملكها شخص فيقوم الطرف الآخر بناء على إتفاق مسبق مع الطرف الأول بتسويقها في منطقة جغرافية معينة خلال مدة معينة.

2- أن في كلا العقدين المذكورين يلتزم الطرف الآخر بدفع بدل (أتاوة) للطرف الأول بموجب العقد بغض النظر عن الكيفية التي يدفع بها أو نوعه.

3- أن فـــي كلا العقدين المذكورين يعطى الطرف الآخر حقا حصريا حيث يلتزم الطـــرف الأول بوضـــع العلامـــة التجارية على منتجاته أو بضائعه أو خدماته حصـــرا فـــي مـــنطقة جغرافية معينة كما أن الموزع يقوم ببيع البضائع والسلع حصراً في منطقة جغرافية معينة.(352) (الحكيم، ص1)

4- أن فـــي كلا العقدين المذكورين يلتزم الطرف الآخر(الموزع والمرخص له) بعـــدم شـــراء مـــواد مماثلـــة من منتجين آخرين والالتزام بعدم منافسة الطرف الأول. وبالـــرغم من اتفاق العقدين المذكوريـــن في بعض الوجوه إلا أن هناك فـــروقاً بيـــنهما مـــن حيث موضوع كلا العقدين، فموضوع عقد الترخيص هو العلامة التجارية وليس البضائع أو السلع أو الخدمات التى تحمل هذه العلامة في حيـــن أن موضـــوع عقد التمثيل التجاري بشقيه عقد الوكالة وعقد التوزيع هو البضائع أو السلع أو الخدمـــات.(353)(حداد، 1998)

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

أ- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والوكالة التجارية

نظم المشرع الأردنـــي الوكالة بشكل عام في القانون المدني الأردني في المواد (833-867) كمـــا عالجـــت المواد من (106-115) من نفس القانون النيابة في التعاقد كما تناول قانون التجارة الأردني الأحكام العامة في الوكالة التجارية في المـــواد (80-85) كما تناولت المادة (86) من نفس القانون بيان الوضع القانوني للممـــثل الـــتجاري وإلـــى جانـــب هذه القوانين صدر قانون الوكلاء والوسطاء التجارييـــن رقـــم (28) لســـنة 2001 لتنظيم مهنتي الوكالة التجارية والوساطة الـــتجارية. وعلـــيه فإن الوكالة سواء أكانت مدنية(354)(القـــانون المدني الاردني، 1976) أو تجاريـــة(355) (قـــانون التجارة الاردني، 1966) تنطوي على تصرف

قانوني لصالح الموكل فإذا كان هذا التصرف عملاً من الأعمال التجارية الواردة في المواد من(6-8) من القانون التجارة الأردني كانت الوكالة تجارية.

و بالنسبة الى الوكالة، فإن الوكيل يعمل بإسم الأصيل ولحسابه في حين يعمل المرخص له بإسمه ولحسابه الخاص ولو كانت الوكالة بالعمولة فإن الوكيل يعمل بإسمه ولكن لحساب غيره أي الأصيل(356) (قانون التجارة الاردني، 1966) وفي هذه الحالة تخضع العلاقة ما بين الطرفين لأحكام الوكالة(357) (قانون التجارة الاردني، 1966)، إضافة لذلك فإن المرخص له لا يتعامل أو يبيع بضائع أو سلع أو منتجات أو تقديم خدمات غيره وإنما يبيع سلعة أو بضائعه أو منتجاته أو تقديم خدماته التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الترخيص وهذا بخلاف الوكيل الذي يقوم ببيع سلع أو منتجات أو تقديم خدمات غيره وبالإسم التجاري والعلامة التجارية للغير وهو الموكل.

ومن ناحية أخرى فإن المرخص له لا يستحق أجراً سواء تم استعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص بإسمه أو باسم المرخص بخلاف الوكيل فهو يستحق أجراً.(358) (قانون التجارة الاردني، 1966) ويترتب على ذلك أن المرخص له باستعمال العلامة التجارية لا يعتبر وكيلاً عن المرخص في استعمال علامته التجارية محل عقد الترخيص بخلاف الوكيل التجاري إذ يعتبر وكيلاً عن الموكل في تسويق سلعه أو منتجاته أو خدماته موضوع عقد الوكالة التجارية وفي هذه الحالة يكون خاضعاً لأحكام القانون المدني.(359) (قانون التجارة الاردني، 1966)

ب-عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد التوزيع التجاري Distribution Agreement

إن المُنتج أو تاجر الجملة يلجأ عادة إلى الاستعانة بعدد غير قليل من الأشخاص لمساعدته في مباشرة إنتاجه أو تجارته ومن هؤلاء من تربطهم به علاقة عمل وتبعية ومنهم من يعمل لحسابه دون أن يكون تابعاً له، ويطلق على مثل هذه الصورة عقود التوزيع الشاملة وهي عقود يتنازل فيها المنتج أو تاجر الجملة

الى موزع محلي بحق قصر البيع في منطقة جغرافية محددة مع إلتزامه بمتابعة تقديـم خدمـات للعملاء وصيانة المنتجات المباعة محل عقد البيع وتنتشر هذه العقـود فـي بـيع الأدوات الكهربائـية والإلكترونية والمنتجات ذات المستوى الرفيـع كالعطور ذات العلامات العالمية.(360)(القليوبي،1987)

وعقود التوزيع الشاملة تأخذ صورتين : عقد التوزيع الشـامل بشـرط القصـر وهـو ما يطلق عليـه (عقد الإمتياز التجاري)، وعقد التوزيع دون شـرط القصر وهو بدوره يأخذ صورتين : عقد السماح، وعقد التوزيع مع حق إختيار الموزع أو الموافقـه عليه.(361)(القليوبي،1987) وبالنسبة لعقد التوزيع فإن المـوزع بخـلاف الوكـيل يتعامل مع الغير بإسمه ولحسابـه الشخصي(362) (قـانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الاردني،2001)، حيث تنصرف آثار تصرفاته مـع الغـير إلـيه مباشرة. ومن هذه الناحية يتفق الموزع في عقد التوزيع مع المـرخص له في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية. إلا أنهما يختلفان مـن حيث العلاقات القانونية الناشئة ما بين الأطراف المتعاقدة ففي عقد التوزيع فـإن العلاقـة ما بين الموزع وصاحب السلعة هي علاقة توريد أقرب ما تكون لعقد البيع لأنها بيع وشراء على دفعات البائع فيها صاحب السلعة والمشتري هو الموزع.(363)(حداد، 1998) في حين أن العلاقة ما بين المرخص والمرخص له فـي عقد الترخيص هي علاقة من نوع خاص وموضوعها الرئيسي هو إجازة المرخص للمرخص له باستعمال علامته التجارية لتسويق المنتجات أو السلع أو تقديم الخدمات التي تعود للمرخص له لا للمرخص.

وعلـيه يتضـح للدراسـة أن الممثل التجاري وغيره من الوسطاء التجاريين يتمـيزون عـن المـرخص له باستعمال العلامة التجارية لأنهم لا يقوموا بأي عمل تجـاري لحسـابهم الخاص (364)(قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الاردني، 2001)، وإنمـا لحساب صاحب العمل بعكس المرخص له فهو يمارس عمله لحسابه الخاص لا لحساب المرخص.

وبعـــد أن انتهت الدراسة من الحديث عن محل عقد الترخيص وتمييز هذا العقد عـــن غـــيره فإن عقد الترخيص كأي عقد آخر يرتب أثارا فيما بين طرفيه، ستكون موضع الدراسة في الفصل الرابع.

الفصل الرابع

آثار عقد الترخيص وإنقضاءه

يرتــب عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود التجارية، آثــاراً فيما بين طرفيه (المرخص والمرخص له)، بحيث يرتب لكل طرف حقوقاً وإلتزامات في مواجهة الطرف الآخر.

وبينــت الدراســة مســبقاً أن الشبه الواضح بين التزامات الطرفين في عقد الترخــيص وبيــن التزامات كل من المؤجر والمستأجر في عقد الإيجار وجوهرها التمكيــن من الإنتفاع بشيء لقاء مقابل مالي معين يجعل عقد الإيجار أقرب القوالب العقديــة التقليدية إتفاقاً مع عقد الترخيص لذا جرى الشراح كما بينا على إعتبار عقد الترخــيص نوعا من الإيجار أو صورة خاصة منه. (365) (الصغير، 1993) وترى الدراســة أن ما يقوم بين العقدين من اختلافات ليست سوى اختلافات ثانوية مرجعها إلــى الطبيعة المميزة لموضوع عقد الترخيص، فاستعمال العلامة التجارية محل عقد الترخــيص مــن قبل الغير هو الذي يجعل من الإعتبار الشخصي عنصراً في عقد الترخــيص على خلاف الحال في إيجار الأشياء المادية وهو أيضاً الذي يفسر التزام المرخص لــه بالاستعمال الفعلي كما أن الطبيعة غير الماديــة لمحل عقد الترخيص هــي التــي تفسر الإختلافات الأخرى كما بينت الدراسة مسبقا.(366) (تحيل الدراسة بشــأن هــذا الــى مــاتم بحثه في المبحث الاول من الفصل الثاني حول الطبيعة القانونية لعقد الترخيص)

وتتصــب الإلــتزامات التى ينشئها العقد المذكور عموماً على قيام المرخص بتمكيــن المرخص له بالإنتفاع بالعلامة التجارية إنتفاعاً هادئاً سليماً لا يعكر صفوه وضــمان ذلك الإنتفاع وفي مقابل ذلك يحق للمرخص مقابلاً (عوضاً) ماليا والذي قد يدفع بشكل دوري أو دفعة واحدة حسب الاتفاق.

ولا بد من الإشارة هنا إلى أن أثر العقد المذكور لا يقتصر عموماً على إلزام المـــتعاقد وخاصة المرخص بما ورد فيه بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف وطبيعة التصرف.(367)(القانون المدني الاردني، 1976)

وكمـــا بينـــت الدراسة مسبقاً فإن عقد الترخيص من العقود المستمرة المحددة المدة وبما أن الأمر كذلك فإن المبدأ العام الذي يحكم فترة سريان عقد الترخيص هو أن الـــرابطة التعاقدية بين الطرفين تبقى مستمرة الى أن يحين الأجل الذي تم تحديده فينتهـــي العقد دون حاجة الى سابق إنذار؛ لإن الطرفين (المرخص والمرخص له) يعـــرفان مـــتى ينقضـــي العقد كما وقد ينقضي عقد الترخيص بأسباب أخرى كأن ينقضـــي بقـــوة القانون أو بحدوث طارئ يجعل تنفيذ إلتزامات الأطراف مرهقة فلا ينقضـــي العقـــد وتبقى إلتزامات الأطراف قائمة قانوناً، لذلك لابد من الوقوف على مدى تحقق شروط نظرية الظروف الطارئة في عقد الترخيص والأثر على المترتب توافرها وصوراً من بعض تطبيقاتها ؟

وتم بحث هذا الموضوع ضمن المواضيع التالية:

اولاً :آثار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

إن عقد الترخيص يرتب آثاراً فيمـــا بين طرفيـــه وهي التزامات على عاتق الطرفيـــن (المـــرخص والمرخص له) يتعين عليهما الوفاء بها وذلك مقابل حقوق يستحقانها بموجب العقد نفسه.

وتم بحث هذا الموضوع في البنود التالية:

1- حقوق المرخص والتزاماته

يرتـــب عقد الترخيص حقوقا يستحقها المرخص بموجب العقد نفسه، كما يتوجب علـــيه الوفـــاء بعـــدة الـــتزامات تترتب عليه بموجب هذا العقد؛ لإنه عقد ملزم للطرفين، تبادلي.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين :

أ- **حقوق المرخص**

تقتصر حقوق المرخص في الحصول على المقابل المالي أي العوض (الأتاوة) المتفق عليها مع المرخص له، من جانب، وحقه في بيع العلامة التجارية ورهنها والحجز عليها، من جانب آخر، وحقه في رقابة المرخص له أثناء استعماله للعلامة التجارية محل عقد الترخيص خاصة فيما يتعلق برقابة جودة المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحمل العلامة المرخص باستعمالها.

أولاً : الحق في المقابل المالي (الأتاوة Royalty)

يستحق المرخص بموجب عقد الترخيص المقابل المالي أي العوض لما يرخص به من حق استعمال وانتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الترخيص. وهذا الحق يمثل التزاماً في ذمة المرخص له كما سنرى حيث يلتزم بأداء هذا المقابل. ويخضع تحديد هذا المقابل ووقت وكيفية دفعه لإتفاق الطرفين عند توقيع عقد الترخيص.(368)(حداد، 1998) ومن الجائز أن يدفع هذا المقابل بصفة دورية أو على شكل دفعات واحده، وهذا المقابل كما أنه يشكل حقاً من حقوق المرخص، فإنه من ناحية أخرى يشكل صفة أساسية في العقود التجارية عموما.(369)(قانون التجارة الاردني، 1966)، وطبقا للقواعد العامة فإن الإخلال بهذا الإتفاق يثير المسئولية العقدية وبالتالي يطالب المرخص بالمقابل قضائياً. ولذلك ترى الدراسة أن يتم تحديد صيغة وشكل استحقاق هذا المقابل ببنود صريحة في العقد المذكور. ومن المتصور أن يتخذ هذا المقابل على أساس النسبة المئوية من إيرادات المرخص له الإجمالية أو الصافية أو كليهما معاً حسب الاتفاق.(370)(حداد، 1998)

ثانيا : الحق في بيع العلامة التجارية ورهنها وحجزها

إن استعمال المرخص له للعلامة التجارية موضوع عقد الترخيص لا يمس بجوهر حق المرخص في ملكيتها فلا يقيد العقد حق المرخص في بيع العلامة التجارية أو رهنها أو حجزها، فطالما أن الترخيص لا ينقل ملكية العلامة

التجاريـــــة إلى المرخص له بل يعطيه فقط حق استعمالها والانتفاع بها وهذا الحق كمـــا رأت الدراســـة هـــو حق شخصي وليس عيني. ولذلك من حق المرخص أن يجـــري على العلامة التجارية موضوع الترخيص جميع التصرفات القانونية الجائرة بيعاً ورهناً وحجزاً ووصيةً وترخيصـــاً.(371)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

كمـــا وتنتقل ملكية العلامة التجارية حسب القواعد العامة بالميراث، إلا أنه قد يتبيـــن عـــدم ملكيـــة المرخص لتلك العلامـــة فعندئذ تقوم مسئوليته ويكون من حق المـــرخص لــــــه فسخ العقد وإسترداد كافـــة المبالغ التي دفعهـــا بالإضافـــــة الى التعويض المناسب عما قد لحقـــــه من ضرر جراء ذلك.(372)(الصغير، 1993)

وتود الدراسة الإشارة هنا الى أنه طالما أن العقد شريعة المتعاقدين في حدود الـــنظام العـــام والآداب العامـــة فيجوز للطرفين أن يدخلا ما يرغبا فيها ما دام أن اتفاقهم غير مخالف للنظام العام ولذلك نرى أنه من الجائز أن يتفق الطرفان على أنه فـــي الحالـــة الـــتى تنتقل فيها ملكية العلامة التجارية محل عقد الترخيص الى لغير يترتب على ذلك إنقضاء هذا العقد على إعتبار أن عقد الترخيص يقوم على الإعتبار الشخصي فيما بين طرفيه.

ثالثاً : رقابة المرخص للمرخص له أثناء استعماله للعلامة التجارية

إن الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجاريـــة يتميز عن الأشكال الأخرى مـــــن ترخـــيص حقوق الملكيـــة الفكريـــة بوجود شرط أساسي ألا وهو الرقابـــة على الجودة مـــن خلال إستخدام المرخص لـــه للعلامـــة التجاريـــة. ومن الجائز أن يـــنص ببـــنود صريحة على رقابة الجودة في عقد الترخيص فمن المتصور أن تشـــمل هذه البنود على موافقة المرخص له على مقاييس الجودة الموضوعة من قبل المرخص وإقرار المرخص له بحق المرخص في الرقابة على جودة المنتجات التي تحمـــل علامـــته التجارية وحق المرخص في تفتيش أماكن المرخص له ومصادقة المـــرخص علــــــى التغلـــيف والإعـــلان والدعايـــة عـــن العلامة التجارية.(373)
(The search for the sources trade mark licensing , p.2 of 3)

ومن صور هذه الرقابة قيام المرخص بتدريب المرخص له وتابعيه من خلال دورات تدريبـــية متـــتابعة وإلتزام المرخص له بأن يرتدي وتابعيه زي موحد يماثل الـــزي الـــذي يرتديه تابعي المرخص ومنها أيضاً قيام المرخص بفحص عينات من المنتجات بصفة دورية للتأكد من مطابقتها للمواصفات ودرجة الجودة المطلوبة كذلك قـــد يفـــرض المـــرخص نمـــاذج لإعلانات الدعاية عن العلامة التجارية محل عقد الترخيص.(374)(الصغير،1993)

ومـــن هـــنا تأتـــي أهمـــية مسألة رقابة الجودة التي يمارسها المرخص على المـــرخص له والتي أقرها المشرع الأمريكي باعتبارها ضابطاً مهما ومبدأ ضرورياً علـــى نقل العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري لذلك فإن الترخيص من دون رقابـــة جـــودة يترتب عليه أن تفقد العلامة التجارية جدواها في الدلالة على صفات المنـــتجات وخصائصـــها الأمـــــر الذي يؤدي الى سقوط الحق في ملكيـــــة هذه العلامة.(375) (الكندري، 2000)

وينبغي أن تكون رقابة المرخص على المرخص له رقابة كافية وهذه المسألة مـــن المسائل الموضوعية التي تستقل في تقديرها محكمة الموضوع حسب ظروف ووقائع وحيثيات كل قضية على حده.

ويشترط في هذه الرقابة أن تكون رقابة فعلية بمعنى أن يزاول المرخص رقابة بـــالفعل على أعمال المرخص له لضبط جودة المنتجات التي توضع عليها العلامـــة التجاريـــة محل عقد الترخيص.(376)(الصغير، 1993)

لذلـــك ترى الدراسة أنه لا مفر من تدخل تشريعي يضمن الإستجابة لحاجات الـــتجارة لفـــرض فكرة رقابة الجودة مراعاة لمصلحة جمهور المستهلكين من اللبس والتضليل الذي يؤدي إليه غيـــاب مثل هذه الرقابة خاصة في نطاق نص المـــــادة (1/19) من قانون العلامات التجارية التي أجازت نقل العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري.

ويشـــتمل عقـــد الترخيص عادة على نصوص لمنع إساءة استعمال العلامة الـــتجارية بهدف عدم غش جمهور المستهلكين ولذلك يراقب مانح الترخيص طبيعة المنتج ونوعيته أو الخدمة المقدمة من المرخص له.(377)(Merision-David,1999)

ولذلك يثار التساؤل عن مدى مسئولية المرخص إذا ما استعمل المرخص له العلامـــة التجارية في غش وخداع جمهور المستهلكين كما لو وضعت على أطعمـــة فاســـدة أو عقاقير طبية مغشوشة أو بضائع معيبة ، فعندما يصاب الغير بضرر من جراء شرائه سلعة أو تلقيه خدمة من المرخص له ، فهل يستطيع المستهلك أن يرجع على المرخص إذا كان هذا المستهلك يعتقد أنه يتعامل أو يتعاقد مع المرخص نفسه؟

لا يوجـــد في قانون العلامات التجارية الأردني نصوصا خاصة لمعالجة ما يترتـــب علـــى ذلك من أضرار لجمهور المستهلكين وإنما تخضع المسئولية للقواعد العامـــة فـــي عقـــد البـــيع خاصـــة ما يتعلق منها بضمان العيوب الخفية ولأحكام المســـئوليـــــة العقديـــــــة أو التقصـــيريـــــة حسب الحال وهو نفس الوضع في مصـــر.(378)(الحـــاج، 1982) ومـــا زالت الدراسة تنتظر في الأردن صدور قانون خـــاص بحماية المستهلك الذي لم يرَ النور حتى هذه اللحظة.(379)(مازال قانون حماية المستهلك في مراحله الاخيره لاقراره من قبل مجلس الوزراء)

وأمـــام ذلك لا بد من تحديد مدى مسئولية المرخص عن أعمال المرخص له وذلـــك مـــن خـــلال تحديد طبيعة العلاقة القانونية، فجوهر عقد الترخيص هو حق الـــرقابة التـــي يمارســـها المرخص على أعمال المرخص له أثناء استعماله لعلامته التجارية موضوع عقد الترخيص وهدف هذه الرقابة هو تحقيق وتوفير ضمان جودة المنتجات والسلع والخدمات التى تحمل علامته التجارية والمرخص باستعمالها، ذلك لأن هـــذه الجودة مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بالعلامة التجارية أو بالسمعة التجارية للمحل الـــتجاري مـــن جانب المرخص وبحيث تظهر شبكة الترخيص لجمهور المستهلكين ككـــيان قانونـــي واحد.(380)(الكندري، 2000)، وبمعنى آخر فإن جمهور المستهلكين يهمهـــم جودة المنتجات والسلع والخدمات التى تحمل علامة المرخص ، لذلك فإنهم يظـــنون أنهـــم يـــتعاملون مع المرخص نفسه وهو فعلاً ما يرمى إليه المرخص من

خلال الترخيص باستعمال العلامة التجارية وذلك بأن يجعل هذا الانطباع راسخاً في أذهان جمهور المستهلكين، ولذلك تبدو أهمية الوقوف على ماهية العلاقة التى تربط المـــرخص بالمـــرخص له، فهل هي علاقة وكالة أم هي علاقة تبعية كاملة أم هي علاقـــة شـــراكة؟ وتطـــرح الدراسة هذا السؤال؛ وذلك للوقوف على مدى مسؤلية المـــرخص عـــن الأضرار التى قد تلحق بالمستهلكين فيما إذا لم يلتزم المرخص له الجودة المطلوبة.

للإجابة على هذا السؤال، يجب النظر أولاً الى مضمون العقد ذلك لأن حقوق والـــتزامات الطرفيـــن تفســـر حســـب الإرادة المشتركة لهما ويجوز لهما أن يدخلا تعديـــلات على هذه الحقوق والألتزامات فيزيدا أو ينقصا من إلتزامات الآخر وذلك كله محكوم بمراعاة حدود النظام العام والآداب العامة.

وتفـــريعا على ذلك من الجائز أن ينص في عقد الترخيص صراحة على أن المـــرخص غير مسؤول عن أعمال المرخص له ومثل هذا الشرط يقتصر أثره على الطرفييـــن (المـــرخص والمـــرخص لـــه) لكن ما هو أثر هذا الشرط في مواجهة المستهلكين ؟

إذا ما لحق جمهور المستهلكين أضرار من جراء شراء المنتجات و السلع أو طلب الخدمة التى تحمل علامة المرخص وسواء أكان هذا الضرر مادياً أو جسمانياً وســـواء أكـــان مـــرجعه عيباً في المنتج أو الى طريقة استعمال المرخص له للمنتج خاصـــة إذا لـــم يكن هناك تحذير وتنبيه من سوء استعماله. فهل يسأل المرخص في هذا الفرض في مواجهـــة المتضرر مباشرة ؟

لم يواجـــه كل من المشرع المصري والأردني هذا الفرض كما أن القضاء المصري والأردني لم يتناولا هذا الموضوع.

أمـــا القضاء الأمريكي، فلقد واجه هذا الفرض واضعاً نصب عينيه مصلحة جمهـــور المستهلكين الذي قد يتضرر من أعمال المرخص له. فقرر إبتداءً مسئولية المـــرخص عن أعمال المرخص له على أساس فكرة خطأ المرخص في إهماله في

مباشرة حقــه في الرقابـــة على أعمال المرخص له.(381)(الصغير، 1993) كما قرر مســـئولية المرخص عن أعمال المرخص له على أساس فكرة الوكالة الظاهرة طالما أن المـــرخص يعد مثل وكيل عن المرخص على إعتبار أن هدف انضمام المرخص لـــه الـــى شبكة الترخيص هو أن تظهر هذه الشبكة أمام جمهور المستهلكين وكأنها صـــادرة عن شخص قانوني واحد فيتعامل هذا الجمهور مع المرخص مباشرة.(382) (الكـــندري، 2000)، وقـــرر مسئولية المرخص عن أعمال المرخص له على أساس فكـــرة الوكالـــة أيضاً وذلك في الحالات التى تأخذ فيها الترخيص باستعمال العلامة الـــتجارية شكل فرنشايز البنيان التجاري.(383) (الصغير، 1993)، كما أسس القضاء الأمريكـــي مسئولية المرخص عن أعمال المرخص له على قواعد الضمان المقررة فـــي عقد البيع لأن عقد الترخيص يخول المرخص حق مراقبة جودة المنتجات التى يصـــنعها المـــرخص له ويقبل رواجها وبيعها الى جمهور المستهلكين ومن ثم فإنه يضـــمن صلاحية هذه المنتجات التي تحمل العلامة التجارية ويسأل عن تعويض كل مـــن يتضرر بسبب المنتجات المعيبة أو الفاسدة والتي تحمل علامة المرخص.(384) (الصغير، 1993)

أمـــا القضـــاء الإنجلـــيزي، فاستند في تقرير مسئولية المرخص عن أعمال المـــرخص له الـــى فكرة الوكالة الظاهرة حيث جعل المرخص مسئولاً في مواجهة الغـــير حســـن النية عن أعمال المرخص له ولكن تطلب قيام دلائل أو شواهد تؤكد وجـــود هـــذا الانطباع أو الوهم أو الاعتقاد لدى الغير حسن النية في أنه يتعامل مع المرخص نفسه، ومن أمثلة المظاهر الخارجية الدالة على هذا الإعتقاد تماثل الطريقة التـــي يـــتم بها التعاقد مع الموظفين والإمتيازات الممنوحة لهم واللباس الموحد لهم بالإضافة الى تدريبهم.(385)(الكندري، 2000)

وتـــرى الدراســـة أن يســـير القضاء الأردني في هذا الأتجاه الذي ذهب إليه القضـــاء الإنجلـــيزي في تقرير مسئولية المرخص عن أعمال المرخص له وفقاً لما نصت عليه المواد (109 / 2 ، 112، 113، 114، 115) من القانون المدني الأردني والباحـــثة في علاقة الوكيل بالموكل في تحديده لعلاقة المرخص بالمرخص له وذلك

لحمايـــة الغـــير وخاصة جمهور المستهلكين من أية أضرار قد تلحق بهم من جراء شـــراء المنـــتجات أو السلع أو طلب الخدمات والتي تحمل علاقة المرخص كما لو كانـــت المنـــتجات أو الســـلع التي تحمل العلامة التجارية أطعمة فاسدة أو معيبة أو عقاقير طبية مغشوشة.

ب- التزامات المرخص

يتوجب على المرخص الوفاء بعدة التزامات تترتب عليه بموجب عقد الترخيص لان هـــذا العقد من العقود الملزمة للجانبين ، تبادلي ، لذلك فهناك التزامات تلقى على عاتق المرخص كطرف في العقد المذكور.

اولاً : تمكين المرخص له من الإنتفاع بالعلامة التجارية

يلتزم المرخص بأن يجعل المرخص له متمكناً من استعمال العلامة التجارية والانـــتفاع بهـــا محل الترخيص وذلك خلال المدة المتفق عليها. ويعد هذا الإلتزام ناشـــئاً عـــن عقد الترخيص على اعتبار أن الصفة الشخصية للحق الشخصي الذي يُعطى للمرخص له الى جانب كونه محدد المدة مع بقاء الحق لمالك العلامة التجارية وحـــده فـــي رفع دعوى التقليد كل ذلك من شأنه أن يقرب بين عقد الترخيص وعقد الإيجـــار، وبعـــبارة أخرى فإن الشبه الواضح بين التزامات الأطراف في العقدين المذكوريـــن وجوهـــرها التمكين من الانتفاع بشيء لقاء مقابل مالي معين يجعل من عقد الترخيص قريباً من عقد الإيجار.

ويعـــد هذا الإلتزام بسيطاً طالما أن المرخص له يعرف العلامة التجارية التي يســـعى الى الحصول على ترخيص باستعمالها وقد سبق وأن تفاوض بشأنها، ولذلك فعلـــى المـــرخص أن يمكّن المرخص له من الانتفاع بالعلامة انتفاعاً هادئاً كاملاً لا يعكر صفوه أي شيء .

ثانياً : الإلتزام بالضمان

يعتـــبر الترخـــيص بوصفه عقداً يبرم بين مالك العلامة التجارية وبين الغير الراغـــب باســـتعمال هذه العلامة نوعاً من الإيجار، فالترخيص ينصب – فحسب –

على نقل الحق في استعمال العلامة التجارية ويبقى المرخص محتفظا بملكيته وكافة حقوقــه الأخرى على العلامة التجارية محل عقد الترخيص، والعقد بهذا المضمون يعتــبر قريــبا من عقد الإيجار من أي وصف قانوني آخر. وإذا كان المؤجر طبقاً للقواعــد القانونـــية المنظمة للإيجار ملتزما بضمان ما قد يكون بالشيء المؤجر من عــيوب خفية وكذلك بضمان التعرض والإستحقاق، فإننا نجد وفقا للتكييف القانوني لعقد الترخيص على أنه عقد إيجار أو صورة منه وبالتالي التسليم بخضوعه للقواعد العامـــة فـــي الإيجـــار وعلى وجه الخصوص المتعلقة بإجارة الأشياء فإن مثل هذا الإلتزام يقع على عاتق المرخص في عقد الترخيص.

ويشـــكل الإلتزام بالضمان واحداً من أهـــم التزامات المرخص والذي يتمكن المـــرخص لـــه بموجبـــه من استعمال العلامـــة التجارية والانتفاع بها خلال فترة سريان عقد الترخيص بصورة هادئة ولا يغير من أهميته أنه ليس من النظام العام أو من حق أطراف العقد الإتفاق على الإعفاء منه أو إنقاصه أو زيادته.(386) (الفضلي، ص248)

والضـــمان الـــذي تبحثه الدراسة هنا، يتعلق بتنفيذ إلتزام جوهري سواء أكان عقدي أم قانوني ولذلك فإن لهذا الضمان صورتين :

أ- الضمان القانوني. ب- الضمان الإتفاقي .

أ- الضمان القانوني

يســمى هــذا الضمان بالضمان القانوني؛ لأنه واجب الوفاء به بحكم القانون ولا يحــتاج للــنص علــيه ضـــمن بنود العقد. فكما نعلم فإن الهدف من إبرام عقد الترخيص هو استعمال العلامة التجارية والانتفاع بها بشكل هادئ وبصورة كاملة وبما يمكن المرخص له من الانتفاع الفعلي بالعلامة التجارية موضوع الترخيص. ولكي يحقق هذا الهدف لابد من أن يمنع المرخص عن التعرض للمرخص له في اســتعماله وانتفاعه بالعلامة التجارية سواء كان تعرضاً قانونيـــاً أم مادياً.(387) (القـــانون المدني الاردني، 1976) كما يلتزم بضمان دفع التعرض القانوني الصادر من الغير وبخلاف ذلك سيتحمل المرخص المسؤلية كاملة باعتباره مخلاً بالتزامه

حيــث أنــه اذا لــم يتمكن من ضمان الاستعمال الهادئ ووقاية المرخص له من التعرض الذي قد ينتهي بإستخدام العلامة التجارية موضوع الترخيص.

وهــذه الصــورة من الضمان تشمل ضمان التعرض الشخصي والأستحقاق والعــيوب الخفــية، ففيما يتعلق بضمان التعرض والأستحقاق، فهذه الصورة من الضــمان تــتجلى في حماية المرخص له من عقبات الانتفاع المتأدية من العمل المــادي للمــرخص أي التعرض الشخصي كما لو قام المرخص صاحب العلامة الــتجارية بالرغم من وجود الشرط الاحتكاري او الترخيص الإستئثاري بالا يقوم المــرخص باســتعمال العلامــة التجارية داخل النطاق الجغرافي المحدد في عقد الترخيص ففي هذا المثال لا يمكن إعتبار المرخص مزوراً ولكن يتوجب عليه أن يتوقف عن هذا التعرض وتعويض المرخص له بموجب الإلتزام بضمان التعرض المادي. ويؤخذ نفس الحكم في حالة التوقف عن دفع الرسوم السنوية لأنه يتعين علــى المرخص إذا انتهت مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية أثناء سريان عقد الترخــيص أن يجــدد التســجيل حتى يتمكن المرخص له من استعمالها دون أن يــنازعه أحد لأن رسوم تجديد تسجيل العلامة التجارية تبقى دائماً على صاحــب العلامــة الــتجارية.(388) (قــانون العلامات التجارية الاردني،1999) ورسوم طلب تجديــد تسجيل العلامة التجارية عشرون ديناراً أردنياً.(389)(نظام العلامات التجارية الاردني، 2000)

ومن جهة أخرى قد يكون تعرض المالك هذا قانونياً وذلك بإدعاء حق على العلامــة الــتجارية فــي مواجهة المرخص له فيعيق بذلك استعمال المرخص له للعلامــة الــتجارية موضــوع الترخــيص. كما لو قام المرخص في الترخيص الإســتئثاري بالترخــيص لشخص آخر باستعمال العلامة داخل النطاق الجغرافي الــذي يرســمه عقــد الترخيص الاستئثاري وأيضاً كما في الترخيص المانع أو الوحــيد، كما يمتد ضمان التعرض والاستحقاق ليشمل التعرض القانوني الصادر مــن الغــير وينتج هذا التعرض كما في حالة وجود ادعاءات متضاربــــة على علامــات تجاريــة متشابهه.(390)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) وحالة

استعمال العلامة من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت.(391) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999)، فإذا تمكّن المرخص من دفع هذا التعرض إنتهت مسؤوليته فإن لم يقم بذلك واستحقت العلامة التجارية للغير فإن المرخص يصبح مسئولاً ويكون من حق المرخص له المطالبة بفسخ العقد واسترداد المبالغ التي دفعها فضلاً عن التعويض المناسب إذا ما مالحقه ضرراً جراء هذا التعرض.(392) (القانون المدني الاردني،1976) وللضمان القانوني صورة أخرى، ألا وهي ضمان العيوب الخفية.

والقاعدة العامة أن العيب الخفي هو فقدان العلامة التجارية لبعض الصفات التي كفل المرخص وجودها أو أن في العلامة عيب ينقص من قيمتها شريطة ألا يكون المرخص له عالماً به وقت التعاقد.(393)(القانون المدني الاردني، 1976)، إلا أنه يشترط في العيب أن يكون مؤثراً أي يحول دون الإنتفاع بمحل عقد الترخيص أو ينقص من هذا الانتفاع نقصاً كبيراً هذا من ناحية ومن ناحية أخرى أن يكون العيب خفياً ولم يكن بالوسع للمرخص له إكتشافه حتى لو بذل جهد معقول وكان ذلك إما لأن المرخص أكد للمرخص له خلو العلامة التجارية من هذا العيب لأنه قد تعمد أن يخفي على المرخص له هذا العيب غشاً إذ يكون المرخص له في كلتا الحاليتين معذوراً في عدم كشف العيب.(394)(الفضلي، ص 249)، فالعيب في محل العقد يجعله غير نافع أو أقل نفعاً من هنا فإن التزام المرخص لا يقف عند تمكين المرخص له من استعمال العلامة التجارية موضوع الترخيص استعمالاً هادئاً بل يمتد ليشمل الاستعمال والإنتفاع النافع بمعنى أن يكون حق الاستعمال المنقول للمرخص له بموجب عقد الترخيص كاملاً ويحقق الغرض منه وعكس ذلك سوف لا يحقق الغرض منه ولا النتيجة التى قصدها الطرفان مما يجعل المرخص في وضع المخل بالتزامه.

وعلى هذا النحو، فإن العيوب القانونية آلتي يمكن تبينها في العلامة التجارية كانتهاء مدة الحماية القانونية لها دون تجديد تسجيلها أو انقضائها لعدم دفع الرسوم أو أنها مملوكة على الشيوع أو أنها محل ترخيص سابق مما يؤدي

الـــى انخفـــاض قيمتها التجارية لا تعتبر عيوباً خفية لان في مقدور المرخص له اكتشافها بمجرد الرجوع الى سجل العلامات التجارية.

ومـــن المتصـــور أن يكـــون عيباً خفياً في محل عقد الترخيص عدم كفاية المـــردود الإيجابـــي للعلامة التجارية أو محدودية منفعـــة العلامـــة أو أن المادة المصـــنعـــة والتي تحمل العلامة التجارية لا يمكن بيعها بربح ولو كانت صالحة للاســـتعمال وفـــي حالة توافر العيب الخفي وترتب عليه حرمان المرخص له من الإنـــتفاع بالعلامـــة التجارية جاز له أن يطلب فسخ العقد أو إنقاص الأجرة مـــع الـــتعويض المناسب عما لحقه من ضرر.(395)(القانون المدني الاردني، 1976) لكن هل يجوز الإتفاق على تعديل أحكام الضمان السابق الإشارة إليها ؟

يجـــوز للمرخص والمرخص له الاتفاق على تعديل القواعد التي نص عليها القـــانون وذلك بالتخفيف من مسؤوليـــة المرخص أو التشديد فيها أو حتى الإعفاء مـــنها على اعتبار أن أحكام الضمان ليست من النظام العام بل هي مفسرة لارادة المتعاقدين.(396)(الفضلي، ص248) وعليه، فمن الجائز الإتفاق على تخفيف التزام المرخص بضمان تعرضه الشخصي كما لو تم الاتفاق على أنه في حالة صدور تعـــرض مـــن المـــرخص المبني على سبب قانوني فأنه لا يحق للمرخص لـــه المطالـــبة بالتعويض وإنما يقتصر حقه في المطالبة بفسخ العقد أو أنقاص الأجرة، أو أن يتفق الطرفان على أنه في حالة صدور أعمال مادية من المرخص فإن حق المرخص له يقتصر على إنقاص الأجرة دون المطالبة بفسخ العقد.

كمـــا يجـــوز الإتفـــاق علـــى التشديد من مسؤولية المرخص كما لو اشترط المـــرخص له أن يكون له الحق في فسخ عقد الترخيص اذا حدث أي إخلال في الانتفاع بمحل العقد كما يجوز الاتفاق على إعفاء المرخص من مسؤولية الضمان عـــن تعرضه الشخصي سواء كان تعرضاً مادياً أو قانونياً ولا بد لصحة الأتفاق على الإعفاء أو التخفيف أو التشديد من مسؤولية المرخص أن لا يكون المرخص أو المرخص له قد حصل على هذا الاتفاق نتيجة غش مـــن جانبه.(397) (القـــانون المدني الاردني، 1976)، وما قيل بشأن الاتفاق على تعديل أحكام ضمان التعويض

والاستحقاق يقال بشأن ضمان العيوب الخفية؛ لأن أحكام ضمان العيوب الخفية ليست من النظام العام، ولهذا يجوز للمتعاقدين أن يتفقا على خلافها تشديداً أو تخفيفاً أو إعفاءً.

ب- الضمان الإتفاقي

يقصد بالضمان الإتفاقي خروج أطراف العقد على قواعد الضمان المنصوص عليها قانوناً سواء بالتعديل تشديداً أو تخفيفاً أو بالإعفاء منها. وتأتى أهمية هذه الصورة من الضمان بالنسبة لعقد الترخيص من كون الضمان القانوني بنطاقه التقليدي المعروف قد يقصر عن تحقيق غاية المرخص له بالنظر الى طبيعة العلامة التجارية كمال معنوي عندما تكون محلاً للتصرفات القانونية الجائزة قانوناً بيعاً ورهناً وحجزاً وترخيصاً، كما أن الضمان القانوني في أنواعه يستهدف ضمان استعمال المرخص له للعلامة التجارية استعمالاً هادئاً ونافعاً لا يعكر صفوه وهو ما يكفى في أغلب الأحوال لتحقيق غاية العقد عندما يكون محل التعاقد مالاً ماديا.(398) (الفضلي، ص239)

أما بالنسبة للعلامة التجارية كأحد الأموال المعنوية على وجه الخصوص فإنه من المتصور ألا يكون لدى المرخص له الخبرة والدراية الكافية لإدراك حقيقة ما يتفاوض عليه؛ لأن المرخص له لا يسعى للحصول على ترخيص باستعمال العلامة التجارية لما فيها من أفكار رائعة وإنما لكي يستغلها ويستثمرها في إنتاج سلع وبضائع وتقديم خدمات تحمل هذه العلامة وتعوضه عما أنفقه من أموال طائلة وبالتالي لتعود عليه بالمردود الإيجابي الذي توقعه.

ولذلك ترى الدراسة أن إلتزام المرخص لا يقتصر على ضمان استعمال المرخص له للعلامة التجارية استعمالاً هادئاً ونافعاً (الضمان القانوني) وإنما لا بد أن يضمن النتيجة المطلوبة من استعمال هذه العلامة أي الإلتزام بضمان النتيجة. ولذلك ترى الدراسة أنه من الجائز أن يدرج الطرفان المرخص والمرخص له في عقد الترخيص شروط ضمان قد تختلف بصورة أو بأخرى

عـن الضمان القانوني ومن قبيلها مثلا (التعاقد على العلامـة التجاريـة تحت مسئولية المرخص أو المرخص له).

وهكـذا فـإن أحكـام الضـمان مـن الممكن تعديلها شرط عدم الإضرار بالمـرخص له أو الغير وألا يكون قد حصل عليها المرخص نتيجة غش وذلك طبقاً للقواعد العامة في القانون المدني الأردني.

ثالثاً : تجديد تسجيل العلامة التجارية

يلـتزم المـرخص إذا إنتهت مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية المسجلة خلال سريان عقد الترخيص أن يجدد التسجيل حتى تستمر الحماية القانونية للعلامـة ويتمكـن بالتالي المرخص له من استعمالها دون أن ينازعه أحد وكما بيّنا مسـبقاً فـإن مـدة الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية المسجلة وفقاً لقانون العلامـات الـتجارية الأردنـي هي عشر سنوات تبدأ من تاريـخ تسجيلها ويجوز تجديدها لمدد مماثلة.(399) (قانون العلامات التجارية الاردني،1999)، وعليه يقع على عـاتق المرخص أن يقوم بدفع رسوم تجديد تسجيل العلامة التجاريـة إذا ما انتهت مدة حمايتها المنصوص عليها قانونا أثناء سريان عقد الترخيص ومقدار هذه الرسوم هي عشرون ديناراً أردنيا.(400)(نظام العلامات التجارية الاردني، 2000)

ولا يجـوز للمـرخص خـلال سريان عقد الترخيص أن يتنازل عن ملكية العلامة بأن يطلب شطبها إلا بموافقة المرخص له(401)(الصغير، 1993)، لأنه اذا لم يطلـب مـالك العلامـة التجارية تجديدها فتعتبر مشطوبة حكماً من سجل العلامات التجارية.(402) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

رابعاً : التعاون مع المرخص لـه أثناء استعماله للعلامة التجارية

لا يلـتزم المـرخص بالـتزام سلبي قوامـه أن يترك المرخص له يستعمل العلامـة فحسـب، بـل إن عقد الترخيص ينطوي على التزام إيجابي يتضمن تقديم العـون للمرخص له لتمكينه من استعمال العلامة حسب الإتفاق وشروط الترخيص. فلا بد أن يكون هناك نوعاً من التعاون بين طرفي العقد لإنجاح الهدف المقصود من

الترخـــيص وبمـــا يحقق مصالحهما. فموضوع العقد او محله هو استعمال العلامة الـــتجاريـــة وإن كان هو الأساس في الرابطة التعاقدية ألا أنه لا يتم بصورة نظرية مجردة كأي عمليـــة بيع وشراء او استثمار سريع ينتهي مفعولها بمجرد إبرام العقد بشـــأنها وانمـــــا هـــي علاقة طويلة الأمد يتخللها عمل وتعاون مشتركين لما فيـــه مصلحـــة الطرفين ولذلك فإن عقد الترخيص يتضمن شروطاً تفرض على المرخص التزامات معينة بهدف تمكين المرخص لـــه من استعمال العلامة موضوع الترخيص والانـــتفاع بهـــا على أفضل وجه ومن قبيل هذه الشروط : بيع المرخص له بصورة حصرية المواد الأولية اللازمة لتصنيع السلع التي تحمل العلامة التجارية المرخص باســـتعمالها مع الامتناع عن بيعها لمنافسيه وتقديم الخدمات والتقنية اللازمة والقيام بالدعايـــة اللازمـــة لمنـــتجاته وعدم إنهاء العقد أو الامتنـــاع عن تجديده بصـــورة تعســـفية (403) (الحكـــيم، ص2) ومنها أيضاً عدم مزاحمة المرخص له للمرخص لهم الآخرين الداخلين في شبكة توزيع المرخص وعدم شراء المواد الأولية المتفق عليها مـــن مصادر غير محددة في العقد. ولذلك قيل بأن أهم ما يميز عقد الترخيص عن بعـــض العقود الأخرى القريبة منه أو التى قد يشتبه به مثل عقد التوزيع أو التمثيل الـــتجاري عمومـــــاً وجـــود مـــثل هـــذا الـــتعاون بيـــن الطرفين الذي يفتقر لـــه عقد التوزيع.(404)(حداد، 1998)

2- حقوق المرخص له وإلتزاماته

يلـــتزم المـــرخص له كطرف ثاني في عقد الترخيص بعدة التزامات يتعين عليه الوفاء بها وذلك بموجب العقد المذكور هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن العقد المذكـــور يرتـــب حقوقاً للمرخص له يكون من حقه استعمال كافة الحقوق التى تخولهـــا له العلامـــة التجارية المرخص باستعمالها وذلك ضمن الشروط المتفق علـــيها في عقد الترخيص، فله حق الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية موضوع الترخـــيص وسنقف على مدى حقه في رفع دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشـــروعة. وفـــي المقـــابل يلتزم المرخص له بأداء المقابل (الأتاوة) نظير اســـتعماله العلامة التجارية موضوع الترخيص والذي قد يدفع بصورة دورية أو

دفعة واحدة حسب الاتفاق ويقع على عاتقة بذل العناية اللازمة لاستعمال العلامة التجارية والمحافظة عليها.

تم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين :

أ- حقوق المرخص له

إن حقـــوق المــــرخص له تقتصر على الحق في استعمال العلامة التجارية خلال المدة المتفق عليها، كما بحثت الدراسة مدى حقـــه في رفع دعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة.

أولاً : الحق في استعمال العلامة التجارية خلال المدة المتفق عليها

مـــن حـــق المـــرخص له بموجب عقد الترخيص استعمال العلامة التجارية موضــــوع الترخـــيص بالصورة والشروط المتفق عليها في العقد المذكور، فإذا ما أنعقـــد العقـــد صحيحاً فإن من أهم الآثار التى تترتب علية هو تخويل المرخص له الحق في استعمال العلامة التجارية موضوع الترخيص على أن يكون هذا الاستعمال ضـــمن الشروط المتعاقد عليها من حيث كيفية الاستعمال ومدته وحدوده الجغرافية، وإن اســـتعمال العلامـــة الـــتجارية موضوع الترخيص حق وواجب عليه فـــي ذات الوقت.(405) (الصغير، 1993)، وتفسير ذلك أن استعمال العلامة التجارية موضوع الترخيص استعمالاً معيناً يزيد من قيمة العلامة بازدياد شهرتها على نطاق واسع كما يمتـــنع ســـقوط ملكيتهـــا بسبب عـــدم الاستعمال اذا كان لا يستخدمها في الدلالة علـــــى منـــتجاتـــه.(406) (قـــانون العلامـــات الـــتجارية الاردني، 1999)، وعليه فمن المتصـــور أن يتفق الطرفان (المرخص والمرخص له) في عقد الترخيص على بيان العلامـــة أو العلامـــات الـــتجارية محل الترخيص والسلع والبضائع والخدمات التى ســـيرخص بوضـــع العلامة عليها وكيفية الدعاية والإعلان عنها كما لو كان هناك نماذج معينة لإعلانات الدعاية.

ولكــن هــل يجــوز الترخــيص باستعمال العلامة التجارية بقصد استعمالها بمعــرفة المــرخص له فــي تمييز سلع وبضائع وخدمات مغايرة لتلك التي تستخدم العلامــة المراد الترخيص باستعمالها في الدلالة عليها ؟

قانونـــاً، لا يوجــد ما يمنع ذلك، فطالما أن العقد شريعة المتعاقدين فللطرفين الاتفــاق علــى أية شروط وذلك في حدود النظام والآداب العامة، ولذلك لا يوجد ما يمــنع قانوناً أن يرخص مالك العلامة التجارية للغير باستعمال علامته التجارية على بضــائع أو ســلع أو خدمــات مغايــرة لمــا تحمله العلامة التجارية العائد ملكيتها للمــرخص، إلا أن الواقــع العملي الذي يشهد إبرام عقود تراخيص اتفاقية باستعمال العلامــة الــتجارية لا يجيز ذلك؛ لأن المرخص نفسه لن يقبل الترخيص باستعمال علامته لكي تستعمل على بضائع أو سلع أو خدمات مغايرة لتلك التى تحمل العلامة التجارية لأن مصلحته تتطلب عدم الموافقة على التعاقد ذلك أن المرخص عند قبوله للــتعاقد على الترخيص باستعمال علامته التجارية يقصد من وراء ذلك زيادة شهرة علامــته الــتجارية على نطاق جغرافي واسع ولكي يكون لبضائعه وسلعه وخدماته التــي تحمل علامتــه التجارية ميزة تسويقية هذا من جانب المرخص ، والمرخص لــه مــن جانــب آخر لن يقبل بذلك، وبالتالي لن يطلبه ابتداء لأن مصلحته تقتضي الاســتفادة من الشهرة التى حققتها العلامة التجارية العائد ملكيتها للمرخص ورواج البضــائع والســلع والخدمــات التــي تحمــل هــذه العلامة وبالتالي جذب العملاء والمستهلكين بالقدر الذي وضعه ضمن توقعاته وما موقعه مــن مردود إيجــابي أي الأربـــاح المتوقعة.

وتــرى الدراســة عــدم جــواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية بقصد اســتعمالها بمعرفة المرخص له في تمييز سلــع وبضائع وخدمات مغايرة لتلك التى تســتخدم العلامــة في الدلالة عليها للأسباب الآنفة الذكر. ونضيف عليها أيضا أن الترخــيص باســتعمال العلامــة التجارية وفي نطاق نص الماده (1/19) من قانون العلامــات الــتجارية التــي أجازت التصرف بالعلامة التجارية استقلالاً عن المحل الــتجاري سوف يقلل من جودة السلع والبضائع والخدمات فيما لو رخص باستعمال

العلامـــة التي تحملها لتمييز سلع وبضائع وخدمات مغايرة كتلك التى تحملها العلامة التجارية المراد الترخيص باستعمالها.

وهــذا يحــتاج إلى تدخل تشريعي للنص على ذلك صراحة؛ لأن النص على عدم جواز ذلك له فائدته التى تكمن في عدم غش أو خداع جمهور المستهلكين.

ويجب على المرخص له الالتزام بقيود الاستعمال التى تنص عليها في العقد بما في ذلك المحافظة على المظهر الخارجي لأماكن البيع والسلع المتعاقد عليها التى تحمــل علامـــة المرخص.(407)(الحكيم، ص2) ومن قبيل هذه القيود أيضاً قصر حق المـــرخص له فـــي اســـتعمال العلامة التجارية ضمن نطاق جغرافي معين كما في الترخيص الإستئثاري.(408) (الصغير، 1993)

ومـــن الجائـــز الاتفـــاق على أن يقتصر وضع العلامة التجارية على السلع والبضـــائع والخدمـــات التـــي صنعت من المواد الأولية التي وردها المرخص دون غيرها.(409)(الحكيم، ص2)

ثانـــياً : مـــدى حـــق المرخص له في رفع دعوى التقليد أو دعوى المنافسة غير المشروعة

إن عقد الترخيص لا ينقل ملكية العلامة التجارية فكل ما يخوله العقد المذكور هو أن يتمتع المرخص له بحق استعمال العلامة موضوع الترخيص وهذا الحق شبيه بحـــق المســـتأجر كما أوضحنا مسبقاً فهو يكتسب حقاً شخصياً قبل صاحب العلامة الـــتجارية يخوله استعمال العلامة ولا يتمتع المرخص لـــه بحق مباشر على العلامة الـــتجارية وبالتالـــي لا يملك إقامة دعوى التقليد ضد مغتصب العلامة وتبقى لمالك وحده حق إقامة هذه الدعوى.(410)(عباس، 1971)

ومـــا على المرخص له اذا ما أغتصبت العلامة التجارية من قبل الغير أو تم تقلـــيدها أو تزويـــرها إلا أن يقوم بإعلام المرخص ليقوم بإتخاذ الإجراءات القانونية لدفع هذا الاعتداء غير المشروع على العلامة التجارية ولذلك يملك صاحب العلامة

التجارية وحده إقامة الدعوى الجزائية بدعوى تقليد أو تزوير العلامة التجارية.(411) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

أمـــا بخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة، فلكل ذي مصلحة المطالبة بالـــتعويض عن أي ضرر لحقه بسبب المنافسة غير المشروعة.(412) (قانون المنافسة غـــير المشروعة والاسرار التجارية الاردني، 2000) ومن باب أولى أن يعطي المرخص لـــه الحق فـــي الرجوع على من قلد العلامة أو زورها موضوع الترخيص بدعوى المنافسة غير المشروعة.(413) (قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية الاردني، 2000)

ب- إلتزامات المرخص له

يتعيـــن علـــى المرخص له الوفاء بإلتزاماتـــه التعاقدية التي تنشئ بموجب عقد الترخيص، فعليه أن يلتزم باداء المقابل المالي المتفق عليه مع المرخص هذا من جانـــب، ومـــن جانـــب آخر الالتزام ببذل العناية اللازمة في استعمال العلامة الـــتجارية والمحافظـــة عليها ومن المتصور أن يتضمن عقد الترخيص شروطاً تقيديه تفرض على المرخص له فعليه الوفاء بها من جانب ثالث.

أولاً : الإلتزام بأداء المقابل المالي (الأتاوة)

يلـــتزم المـــرخص لـــه بأداء المقابل إلى المرخص نظير استعماله وإنتفاعه بالعلامة التجارية موضوع الترخيص وهذا المقابل هو الذي يمثل الصفة الاقتصادية والمالـــية لعقد الترخيص. وتدخل عدة إعتبارات في تحديد هذا المقابل، فمن جانب المـــرخص يضـــع في الاعتبار شهرة علامته التجارية وقدرتها على جذب العملاء والمستهلكين ومقدار المردود المالي الذي سيعود على المرخص له من استعماله.ا

أمـــا مـــن جانـــب المرخص له فهو يعمل مقارنة بين هذا المردود الإيجابي المـــتوقع وبيـــن مـــا ســـيدفعه مـــن مـــبالغ للمرخص وما سينفقه وذلك خلال فترة الترخـــيص.(414) (الصغير، 1993) وقد يكون هذا المقابل، مقابلاً نقدياً إجماليا أو في صورة الأجر والأتعاب أو مقابلاً نقديا يدفع بصورة مبلغ دوري.

أ- المقابل النقدي إجمالي

مـــن المتصـــور أن يكون المقابل النقدي في عقد الترخيص يدفع بصورة إجمالية بمـــبلغ جزافـــي يتم دفعه دفعة واحدة عند العقد أو يتم دفعه على أقساط دورية أو علـــى أساس نسبة مئوية من إيرادات المرخص له الإجمالية أو الصافية أو كليهما معـــاً حسب الاتفاق.(415)(حداد، 1998) وأياً كان الوضع، فإنه يجب على طرفي العقـــد أن يحـــددا طريقة الدفع المتفق عليها سواء كان هذا الدفع فورياً إجمالياً أو أداء دورياً وأن يحدد المقدار الكلي والعملة التى سيدفع بها وكذلك طريقة الوفاء والمـــدة الـــتى يتعيـــن على المرخص له الوفاء خلالها بتسديد هذا المقابل. ومن المتصور أيضاً أن يدفع هذا المقابل في بداية التعاقد (416)(الصغير، 1993) وذلك لكـــي يغطـــي هـــذا المبلغ المصروفات اللازمة لإنضمام المرخص له إلى شبكة المرخص لهم الآخرين والتى تستخدم نفس العلامة التجارية.

ب- المقابل النقدي في صورة الأجر والأتعاب

مـــن المتصور أن يتفق الطرفان (المرخص والمرخص له) أن يقوم المرخص بـــتقديم خدماته ومساعدته الفنية الى المرخص له وتابعيه فالمقابل في هذه الحالة يترجم مادياً على أساس مبلـــغ معين لكل عمل من أعمال الإشراف والمعونـــة الفنيـــة وتدريب عناصر المرخص لـــه وذلك حسب قيمة الخدمة ومدتها.(417)(الصغير، 1993)

ج - المقابل النقدي مبلغ دوري

قـــد يتفق الطرفان (المرخص والمرخص له) بإستيفاء المرخص لنسبة معينة تحـــدد في عقد الترخيص كمقابل لسماحه بالإنتفاع بالعلامة التجارية موضوع الترخيص. وتكون هذه النسبة دورية وبمقدار معين يدفع بصورة منتظمة وقد تطول أو تقصر هذه الدفعات حسب ما هو متفق عليه في عقد الترخيص. وقد تحســـب هـــذه النسبة حسب المردود المالي الذي يعود على المرخص له طيلة

فـــترة العقـــد بسبب استعماله للعلامة التجارية أو على أساس نسبة ما يباع من المنتجات أو السلع أو البضائع التي تحمل هذه العلامة.(418)(حداد، 1998)

ثانياً : الإلتزام ببذل العناية اللازمة في استعمال العلامة التجارية والمحافظة عليها

يعد استعمال العلامة التجارية الهدف الرئيس الذي يسعى لتحقيقه المرخص له بـــل ويلتزم به فعلاً في مواجهة المرخص؛ لإن المرخص يكون ذا مصلحة في أن يســـتمر المـــرخص له استعمال علامته التجارية حيث تزداد شهرة علامته بإزدياد استعمالها على نطاق جغرافي واسع .

وفـــي المقـــابل يتعين على المرخص له أن يبذل العناية الواجبة في استعمال علامـــته المرخص بحيث لا يضع العلامة على سلع أو بضائع أو خدمات من صنعه أقـــل جـــودة أو أحـــط مرتبة من تلك التي تحملها العلامة التجارية في الدلالة عليها وتميزها عن مثيلاتها.

وفـــي هـــذا الصدد يلتزم المرخص له بمراعاة توصيات المرخص في تحديد ثمـــن مبـــيعات المـــرخص له وخدماتـــه وجودتهـــا والمحافظة على سرية الحقوق والأســـاليب التجارية والصناعية التي يحددها المرخص بقصد المحافظة على جودة المنـــتجات التـــي توضـــــع عليها العلامة التجاريـــة المرخـــص باستعمالها.(419)(الحكيم، ص3)، وأيضاً يلتزم بإخطار المرخص عن أي تعرض صادر من الغير على العلامـــة الـــتجارية موضـــوع الترخيص وأي إعتداء عليها كما لو قلدت أو زوت العلامة التجارية.

وعلـــى هـــذا الـــنحو ، يجب على المرخص له أن يلتزم ببذل عناية الرجل المعـــتاد في المحافظة على العلامة التجارية موضوع الترخيص طبقا للقواعد العامة في القانون المدني الأردني.(420)(القانون المدني الاردني، 1976)

ثالثاً : الإلتزام بالشروط التقييدية

مـــن المتصور أن يتضمن عقد الترخيص مثل هذه الشروط من ناحية الواقع العملـــي حيـــث يفـــرض المرخص على المرخص له نوعاً من الشروط التي يكون

الهدف منها هو الحد من المنازعات التي قد تثور مستقبلاً. وتعتبر هذه الشروط صحيحة قانوناً لأن للطرفين وفقاً لمبدأ سلطان الإرادة الاتفاق على ما يشاؤون في حدود النظام العام والآداب العامة. وقد يكون الهدف من إيراد مثل هذه الشروط أيضاً الحد من المنافسة غير المشروعه وتقييدها .

ومن أمثلة هذه الشروط التقييدية :

1- شرط تحديد النطاق الجغرافي والزمني ونوع السلع أو البضائع أو الخدمات. من المتصور أن يورد المرخص ضمن بنود عقد الترخيص شرطاً مفاده تقييد حق المرخص له استعمال العلامه التجارية موضوع الترخيص داخل نطاق جغرافي معين يحدده في العقد المذكور كما يحدد المدى الزمني لسريان هذا العقد وأيضاً وضع العلامة المرخص استعمالها على سلع أو بضائع أو خدمات معينة كما لو صنعت من مواد أو خامات وردها المرخص دون غيره الى المرخص له.

2- شرط السرية

يترتب على عقد الترخيص ما يعرف بشرط السرية كأحد الشروط التقييدية والذي بموجبه يلتزم المرخص له بالمحافظة على سرية حقوق الملكية الفكرية وأساليب الصنع التى منحها المرخص وعدم إفشائها إلى الغير.(421)(الحكيم، ص3)

3- شرط شراء المواد الأولية

كما لو إشترط المرخص كطرف أول في عقد الترخيص على المرخص له كطرف ثان في هذا العقد بان يشتري الطرف الثاني بالنسبة للمواد الأولية من مصدر معين أو من مصدر محدد يعنيه المرخص في عقد الترخيص أو أن يشتريها من المرخص مباشرة وهكذا قد يفرض المرخص التبعية الاقتصادية للمرخص له بضرورة شراء المواد الأولية منه بصورة مباشرة أو غير مباشرة.(422)(الحكيم، ص2)

4- شرط رقابة الجودة

يلـــتزم المـــرخص له بإن يراعي ضمان جودة المنتجات والسلع والخدمات التي تحملهـــا العلامة التجارية المرخص باستعمالها، ومثل هذا الشرط له فائدته فهو يؤدي إلى المحافظة على السمعة التجارية للمرخص من خلال المنتجات والسلع والخدمـــات التى تحملها تلك العلامة إضافة إلى أنه من حق جمهور المستهلكين التأكـــيد من أن المنتجات والسلع والخدمات مساوية في جودتها مقارنة بمنتجات وسلع وخدمات المرخص نفسه .

5- شرط التحكيم

تحـــرص الأطراف المتعاقده دائما على أن يكون حل المنازعات التى قد تثور بينها عن طريق اللجوء إلى التحكيم بعيداً عن القضاء الوطني وذلك حرصا على إعطاء هذا العقد الطابع الدولي لكي لا يخضع بالتالي للقوانين الوطنية فيما يتعلق بالمـــنازعات الـــتى قـــد تثور بصدده وبذلك تغلب القواعد العقدية على القوانين الوطنـــية والوضـــعية من خلال إتفاق الأطراف على أن يكون حل المنازعات المســـتقبلية عـــن طـــريق عرضه على جهات تحكيم مؤسسية أجنبيـــة كغرفة التجارة الدولية في باريس والجمعية الأمريكية للتحكيم.(423)(حداد، 1998)

ويعـــود السبب في ذلك إلى أن المرخص في كثير من الأحيان عبارة عن شـــركة ضـــخمة لها فروع متعددة في دول مختلفة وذات رأس مال كبير كونت سمعة تجارية جيدة لها لعلامتها التجارية بحيث أصبحت هذه السمعة محط انظار الكثـــير مـــن المستثمرين في العالـــم لاستعمال علامتها التجارية ومن أمثلة هذه الأســـماء العالمية: ففي مجال الفنادق نجد مثلا الماريوت والهوليدي إن وشرتون وهيلـــتون وفورتـــي جـــراند. وفي مجال المشروبات الغازية نجد بيبسي كولا وكوكـــا كـــولا وفي مجال الوجبات السريعة الماكد ونالد وماك برغر وبيتزاهت وفـــي مجال تأجير السيارات السياحية نجد إيفس واليروكار وبدجت.(424)(حداد، 1998)

ولذلك تجد الدراسة ان الأطراف المتعاقدة يرغبون في عرض المنازعات الـــتى قــد تـــثور مستقبلا على التحكيم نظرا لمزاياه؛ فنظراً لسرية إجراءات التقاضـــي فـــي التحكـــيم التى يفضلها المستثمرون على علانية الإجراءات أمام القضـــاء الوطني ونظرا لأن أطراف النزاع هم الذين يقومون باختيار المحكمين مـــن ذوي الإختصـــاص والكفـــاءة بالنسبة للعقد الذي يثور النزاع بشأنه وهذا الإختـــيار يوفـــر لأطراف النزاع نوعا من الطمأنينة والراحة النفسية أكثر من اللجـــوء الـــى القضاء الوطني المكون من قضاة رسميين في الدولة قد لا تتوافر لديهم الخبرة والكفاءة والإختصاص المطلوب.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أنه يعتبر باطلاً كل نص او شرط يقيد المنافسة يـــرد في عقد الترخيص ويكون من شأنه التأثير سلباً على التجارة وقد يعيق نقل التكنولوجيا ونشرها كما لو منع المرخص له من المنازعة إداريا أو اقتصاديا في حـــق الملكية الفكرية الذي تم ترخيصه أو إلزامه بقبول الترخيص بمجموعة من الحقوق بدلاً من حق واحد وهذا يشمل جميع حقوق الملكية الفكرية ومن ضمنها العلامـــات التجارية.(425) (قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية الاردني، 2000)

ثانياً: إنقضاء عقد الترخيص

إن عقـــد الترخـــيص باستعمال العلامة التجارية من العقود المستمرة المحددة المـــدة ولذلـــك فـــإن القاعدة العامة التي تحكم سريان العقد المذكور هي أنه ينقضي بانـــتهاء المـــدة المـــتفق علـــيها دون حاجة لسابق إنذار؛ لأن الطرفين (المرخص والمرخص له) يعرفان تماماً متى ينقضي العقد. وبما أن العقد المذكور من العقود الملـــزمة للجانبين فلا يستطيع أحد الطرفين كقاعدة أن يستقل بانهاءه أو تعديله ما لم يجـــز له ذلك الاتفاق مع الطرف الاخر هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى ليس هناك مـــا يمـــنع الطرفيـــن مـــن الاتفاق على استمرار الرابطة التعاقدية بعد انتهاء مدتها المحددة سواء كان ذلك بطريق التجديد الصريح أو الضمني للعقد.

وقـد ينقضي العقد بوفاة أحد الطرفين (المرخص والمرخص له) على اعتبار أن شخصـية كـل واحد منها محل إعتبار ما لم يتفق على خلاف ذلك. وقد يفسخ العقـد لعـدم تنفيذه لإنه إذا لم يف أحد الطرفين بما وجب عليه للطرف الآخر، جاز لهذا الطرف طلب فسخ العقد ليتحلل من التزامه المقابل.

والفسخ قد يكون اتفاقياً، بمعنى إتفاق الطرفين مقدماً على إستبعاد اللجوء إلى القضـاء لـتقرير فسـخ العقد في حالة اخلال أي منهما بالتزاماته العقدية ويتم ذلك بوضـع بند ضمن بنود عقد الترخيص مؤداه يعد العقد مفسوخاً دون حاجة الى حكم قضـائي فـي حالة إخلال أي الطرفين بالتزامات العقد.(426) (القانون المدني الاردني، 1976) وقد يكون الفسخ قضائيا يقع بحكم من القضاء، فإذا ما أخل أحد طرفي العقد بالتزاماته يستطيع الطرف الآخر أن يرفع الأمر الى القضاء للحكم بفسخ العقد وهنا لقاضـي الموضـوع سلطة تقديرية في تقرير الفسخ من عدمه.(427) (القانون المدني الاردنـي،1976) وقـد يتعرض عقد الترخيص للإنفساخ في الحالة التي يستحيل فيها علـى أحـد أطراف العقد تنفيذ التزامه بسبب أجنبي لا يد له فيه فينفسخ العقد بقوة القانون دون حاجة لاستصدار حكم قضائي بذلك.(428) (القانون المدني الاردني،1976)

ويـبدو أن هـناك حالات أخرى يكون فيها لأحد أو لكلا الطرفين الحق في وضـع نهايـة للرابطة التعاقدية قبل انقضاء مدتها ، فقد يحل عقد الترخيص إرادياً، فكما تنشأ الرابطة التعاقدية باتفاق بين الطرفيـن فإنها تحل كذلك بإتفاق لاحق بينهما ويسـمى هذا الاتفاق التقايل أو الإقالة.(429) (القانون المدني الاردني،1976)، والإقالة كالفسـخ ليس لهما أثر رجعي؛ لأن عقد الترخيص من عقود المدة لا ينصرف أليها الأثر الرجعي لأن المدة ركن فيها وما مضى منها لا يمكن أن يعود .

كمـا قد يحل العقد المذكور بالإرادة المنفردة لأحد أطراف العقد ويتحقق ذلك عـندما يستقل أحد طرفي العقد غير محدد المدة بإنهائه بإرادته المنفردة دون موافقة الطرف الآخر شريطة أن يستند هذا الإنهاء الى مبرر مشروع وعدم إلحاق الضرر بالطرف الآخر.(430) (الصغير، 1993)

وقد ينقضي عقد الترخيص بسبب تملك المرخص له أو الغير العلامة التجارية موضوع الترخيص.وعقد الترخيص، وبسبب أنه ينصب على استعمال مال منقول معنوي، فإنه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلّب الأسعار ارتفاعاً وهبوطاً من أن يكون لها انعكاس على توازن الأداءات والحقوق للطرفين (المرخص والمرخص له) فارتفاع أو انخفاض المقابل والأزمات الاقتصادية والعرض والطلب قد يزيد أو يخفف من تلك الاداءات والحقوق كما في حالة الظروف الطارئة. لذلك ستقف الدراسة على مدى توافر شروط نظرية الظروف الطارئة في عقد الترخيص وأثر توافرها على العقد وبعض صور تطبيقاتها في العقد المذكور، وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية:

1- إنقضاء عقد الترخيص بصفة أصلية

إن عقد الترخيص من العقود الملزمة للجانبين بحيث يرتب التزامات متقابلة على عاتق طرفية (المرخص والمرخص له) فيصبح كل منهما دائناً ومديناً للآخر كما أن هذه الالتزامات تبقى مستمرة إلى أن يتم تنفيذها جميعها خلال مدة سريان العقد. فإذا نفذ أطراف عقد الترخيص التزاماتهما المتقابلة، فإن العقد المذكور ينقضي وتزول معه الرابطة التعاقدية التي تربط المرخص بالمرخص له فالعقود تنقضي وتنتهي عموماً بالتنفيذ وهذا ما يقضي به مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود. ومع ذلك فإن عقد الترخيص قد تنتهي مدته المتفق عليها دون أن يتفقا الطرفان على استمرار الرابطة التعاقدية بعد انتهاء مدتها سواء أكان الاتفاق صريحاً أو ضمنا عن طريق التجديد .

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين :

أ- إنقضاء العقد بانتهاء المدة

قد ينقضي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بانتهاء المدة المتفق عليها فيما بين طرفيه (المرخص والمرخص له) كما أن انقضائه قد يتم بانتهاء المدة المحددة قانوناً لحماية العلامة التجارية موضوع الترخيص.

اولاً : إنقضاء عقد الترخيص بإنتهاء المدة المتفق عليها

يحـــدد عقد الترخيص في الغالب مدة بانقضائها ينتهي العقد، فيحدد الطرفان مدة معينة مثلا ثلاث سنوات تبدأ من تاريخ التأشير في سجل العلامات التجارية بأن العلامـــة الـــتجارية رخص باستعمالها، إلا أنه من المتصور ألا يحدد الطرفان المدة التـــي ينقضـــي بها العقد المذكور تحديدا مباشرا ففي هذه الحالة فإنه يلجأ الى تفسير الإرادة المشـــتركة للطرفيـــن، إلا أن الملاحظ في الواقع العملي أن كثيراً من عقود الترخيص باستعمال العلامة تحدد مدتها ما بين 5 – 10 سنوات واحياناً قد تزيد هذه المـــدة علـــى عشـــر ســـنوات ويحدث ذلك عندما يكون حجم الإستثمار الذي يقدمه المـــرخص له ضـــخما كما لو طلب منه تشييد أبنية وإنشاءات للنهوض بالمشروع، ويدخل هذا النوع من العقود في صورة عقود الفرانشاير فلا يقتصر التزام المرخص على تمكين المرخص له من الانتفاع بالعلامة بل يلتزم بتقديم المعرفة الفنية اللازمة لمزاولة النشاط.(431)(الصغير، 1993)

ثانيا : الإنقضاء بإنتهاء المدة التي يحددها القانون

قـــد يخلو عقد الترخيص من الاتفاق على المدة التى يسرى خلالها العقد وقد لا تسعفنا الإرادة المشتركة للطرفين عند تفسيرها لمعرفة هذه المدة، ففي هذه الحالة يكـــون القـــانون الواجب التطبيق على العقد هو المحدد لهذه المدة. وبالرجوع الى قـــانون العلامـــات الـــتجارية الأردني نجد أن الفقرة الثانية من المادة (26) من هذا القـــانون أجازت الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأن مدة الترخيص هي نفسها المدة المقررة لحماية العلامة التجارية وفق تسجيلهـــا وبالرجوع الـــى نص المـــادة (1/20) مـــن نقـــس القـــانون تجـــد الدراســـة أن مدة الحمايـــة القانونيـــة المقررة للعلامـــــــة الـــتجاريـــة هـــي عشر سنوات تبدأ مـــن تاريـــخ تسجيلهـــا قابلـــة للتجديد.

ب- تجديد عقد الترخيص

مـــن المتصــــور أن يتفق الطرفان (المرخص والمرخص له) على بقاء الرابطة الـــتعاقدية بعـــد إنـــتهاء مدتهـــــا وقد يكون هذا الإتفاق صريحاً وهو ما يسمى بالـــتجديد الصـــريح وقـــد يكون ضمناً أي التجديد الضمني للعقد المذكور، فمن الجائـــز أن يـــنص الطرفان في عقد الترخيص على حق المرخص له في تجديد العقد لمدة أو لمدد أخرى أو ينص على التجديد تلقائياً ما لم يخطر أحد الطرفين الطـــرف الآخر قبل نهاية مدة العقد برغبته في الإنهاء وتحدد مدة الإخطار في العقد(432) (الصغير، 1993) وهذا هو التجديد الصريح لعقد الترخيص، في حين أن التجديد الضمني للعقد المذكور هو أيجاد عقد جديد يحل محل ما سبق الاتفاق علـــيه، وتتضمن الفقرة الثانية من المادة (707) من القانون المدني الأردني هذا المفهـــوم صـــراحة إذ تنص على أنه : (إذا انتهي عقد الإيجار وبقي المستأجر منـــتفعاً بالمـــأجور برضـــى المؤجـــر الصريح أو الضمني اعتبر العقد مجدداً بشـــروطه الأولـــى). وهذا يعني أن التجديد الضمنـــي هو عقد ترخيص جديد ينعقد بنفس شروط العقد القديـــم مـــن حيث مقدار المقابل المالي وطريقـــة دفعه وتحديـــد مكـــان الوفاء بـــه وزمانـــه، والتجديد الضمنـــي للعقد المذكور يتـــم بإيجـــاب وقـــبول ضـــمنـــي مـــن الطرفيـــن بحيث يبقـــى الإتفاق الضمنـــي قائمـــاً ما بقي المرخص لـــه منتفعـــا بالعلامـــة التجاريـــة بعد انتهاء مدة العقد ورضا المرخص بـــه وعـــدم اعتراضـــه علـــيـــه.(433)(الفضلي، ص292)

ومـــن المتصور أن يتفق الطرفان على عدم جواز تجديد العقد لفترة أخرى ومـــثل هذا الاتفاق يكون ملزماً للطرفين وعندئذ ينقضي العقد بانتهاء مدته دون تجديـــد. وفي هذه الحالة يثور التساؤل التالي : ما الحل لو لم يتفق الطرفان في عقـــد الترخـــيص على أنه من حق المرخص له تجديد العقد لمدة أخرى محددة وطلب المرخص له تجديد العقد قبل نهاية مدة العقد، فهل يجوز للمرخص رفض التجديد وإذا كان من حقه هذا الرفض أليس من حق المرخص له في مقابل ذلك أن يطالـــب المـــرخص بالتعويض عن الضرر الذي قد لحقه جراء عدم تجديده

للعقد اذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن المرخص له قد أنفق أموالا كبيرة في سبيل استعمال العلامة التجارية فضلا عما اكتسبت بضائعه أو سلعه أو خدماته من رواج لدى جمهور المستهلكين وحجم المبيعات فتكون له مصلحة جدية في تجديد العقد؟

وهذا ما ستبحثه الدراسة عند دراسة الآثار المترتبة على إنقضاء عقد الترخيص في حالة عدم تجديد العقد.

2- إنقضاء عقد الترخيص بصفة تبعية

قد ينقضي عقد الترخيص قبل انقضاء مدته إما بإتفاق الطرفين (المرخص والمرخص له) كما لو انتقلت ملكية العلامة التجارية الى المرخص له أو بانتقال ملكيتها الى الغير، هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن الانقضاء قد يقع نتيجة أسباب وظروف طارئة.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين :

أ- الإنقضاء بسبب إنتقال ملكية العلامة التجارية

العلامة التجارية محل عقد الترخيص قد تنتقل الى المرخص له أو إلى الغير. فمن المتصور أن يبيع المرخص علامته التجارية باعتبارها مالا منقولا معنويا متقوما بالمال وتدخل في الجانب الإيجابي لذمته المالية وقابلا للتصرفات القانونية الجائزة ومنها البيع، ففي هذه الحالة يصبح المرخص له مالكا للعلامة التجارية بعد أن كان مخولا بحق الاستعمال بها فقط بمعنى أنه كان يتمتع بالمنفعة دون الرقبة.

ويشترط في هذا التصرف الناقل للملكية أن يتم بعقد ثابت التاريخ ويؤشر بذلك في سجل العلامات التجارية وينشر في الجريدة الرسمية.(434) (قانون العلامات التجارية الاردني، 1999)

وبرأي الدراسة أن هذا لا يقتصر على بيع العلامة التجارية وإنما يمتد الى أسباب نقل الملكية الأخرى كالهبة والوصية والميراث، فمن المتصور أن تنتقل

ملكــية العلامـــة التجارية موضوع الترخيص الى الخلف العام كالورثة وعندها ينقضي عقد الترخيص نظرا للطابع الشخصي لهذا العقد، إذ أنه من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، أما بالنسبة إلى الخلف الخاص كالمشتري بالنسبة للــبائع، فالأصـــل أن ما يرتبه عقد الترخيص من حقوق والتزامات تتعلق بذمة الطرفين فلا ترد هذه الحقوق والإلتزامات مباشرة على العلامة التي انتقلت إلى الغــير ولكنهــا قد تنتقل إذا ما كانت مــن مستلزمات محل العقد وكان الخلف الخاص يعلم بها.(435) (القانون المدني الاردني، 1976)

وتــرى الدراســة أنه في الحالة التي تنتقل فيها ملكية العلامة التجارية إلى الغير فإن العلامة التجارية تنتقل مثقلة بحق المرخص له الشخصي في استعمال العلامـــة التجارية ولذلك فإن مدى نفاذ عقد الترخيص بحق الغير الذي آلت إليه ملكــية العلامة التجارية موضوع الترخيص يتوقف كما ترى الدراسة على قيام عقد جديد ينشئ التزامات وحقوق على نفس العلامة المرخص باستعمالها وثبوت تاريخ عقد الترخيص قبل العقد الجديد الناقل للملكية ويعود بشأن ذلك الى سجل العلامــات الــتجارية وشــرط علم الخلف الخاص بعقد الترخيص وعليه إذا لم تــتوافر هــذه الأحوال فإنه وبرأي الدراسة فإن عقد الترخيص ينقضي في هذه الحالة.

ب- الإنقضاء بسبب الظروف الطارئة

عقــد الترخيص، وبسبب أنـــه ينصب على استعمال مال منقول معنوي، وأنه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلب الأسعار ارتفاعا وهبوطا من أن يكون لها انعكاس علـــى توازن الأداءات والحقوق للطرفين (المرخص والمرخص). فارتفاع أو انخفــاض المقــابل والأزمات الاقتصادية وعرض الطلب قد يزيد أو يخفف تلك الأداءات والحقوق، ففي هذا الحالة هل بالإمكان تطبيق نظرية الظروف الطارئة على عقد الترخيص ؟

مــن المتصــور أن يتراخى تنفيذ العقد المذكور ويطرأ حادث لم يمكن في الحســبان مســببا اختلال التوازن الاقتصادي في العقد فهنا إذا كان هذا الحدث

الطـــارئ يجعل التزامات الطرفين مستحيلة فان العقد ينقضي بقوة القانون، أما إذا كان هذا الحدث الطارئ يؤدي الى جعل التزامات الطرفين أو أحدهما مرهقا فالحل مختلف.

إبـــتداء بإمكان المرخص والمرخص له إعادة النظر فيما اتفقا عليه وتقييم تلـــك الظروف الطارئة بما يعيد التوازن الى العقد مجددا أو تقليل الآثار السلبية التي قد تلحق بالذمة المالية للطرفين أو أحدهما.

وفي سبيل تطبيق نظرية الظروف الطارئة، فلا بد من توافر شروطها التى يمكن إجمالها بما يلي :

1- أن يكون العقد المراد إعمال النظرية بشأنه من العقود المتراخية التنفيذ أي من العقـــود المســـتمرة وعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو من قبيل هذه العقود.

2- أن يطـــرأ بعـــد انعقاد العقد ظروف استثنائية تحيط بالمرخص بإن تكون هذه الظروف طارئة يندر وقوعها وأن تكون استثنائية وعامة كالحروب أو الثورات أو الـــزلازل أو الإضـــراب المفاجئ أو صدور قانون للتسعيرة الجبرية وعليه فالظـــروف الخاصـــة بـــأحد الطرفين كموته أو مرضه أو إفلاسه أو اضطراب أعماله يستبعد من مجال تطبيق نظرية الظروف الطارئة.(436)(سلطان، 1987)

3- أن يكون الظرف الطارئ الاستثنائي غير متوقع ولا تمكن دفعه أو تجنبه، لأنه اذا كان من المكن توقعه أو دفعه وتجنبه فلا يصار الى إعمال هذه النظرية.

4- أن يـــؤدي الظـــرف الطـــارئ الإســـتثنائي إلى جعل تنفيذ الإلتزامات في عقد الترخـــيص مـــرهقة بالنســـبة للطرف الذي يتمسك به سواء أكان المرخص أو المرخص له أو كليهما، أما إذا كان يؤدي هذا الظرف الطارئ إلى جعل تنفيذ الإلتزامات مستحيلة فينقضي العقد بقوة القانون لأنه لا إلتزام بمستحيل.

والإرهـــاق الذي يشعر به المدين هنا من جراء الظرف الطارئ هو ما يهدده بخســـارة فادحـــــة أي بخســـارة تجاوز بكثيـــر المألوف في حسبان المتعاقد وقت

التعاقد.(437)(سلطان، 1987)، أما تقدير ما يترتب على الظرف الطارئ من إرهاق للطرف الذي يتمسك به من عدمه فإن ذلك من المسائل الموضوعية التي تستقل بها محكمة الموضوع ويعود بشأنها الى ذات العقد لا لظروف العاقد الشخصية، أما عن الأثر القانوني لتحقيق الظرف الطارئ في عقد الترخيص، فالأصل أنه اذا توافرت شروط الظروف الطارئة فإن سلطة قاضي الموضوع تقتصر على تعديل العقد دون فسخه والتعديل يكون برد الالتزام المرهق الى الحد المعقول.(438) (القانون المدني الاردني، 1976)، إلا أن الدراسة ترى أنه طالما أن عقد الترخيص يشبه عقد الإيجار في الأحكام العامة له بل أعتبره بعض الفقه كما رأينا صورة من الإيجار ، فإنه يجوز للطرف الذي يتمسك بالظرف الطارئ أن يطالب بفسخ العقد.(439) (القانون المدني الاردني،1976) هذا بالإضافة الى قيام الطرف المتمسك بالظرف الطارئ بتعويض الطرف الآخر تعويضا عادلا بسبب إنهاء العقد قبل انقضاء مدته.(440) (القانون المدني الاردني،1976)

ومن قبيل الظروف الطارئة في عقد الترخيص، زوال شخصية أحد الطرفين (المرخص او المرخص له) وإن كان الأصل ان العقد المذكور لا ينقضي باعتباره يقترب من عقد الإيجار بسبب موت أحد الطرفين؛ لأنه من الممكن أن يستمر العقد مع خلفه العام أو الخاص حسب الأحوال لكن إذا أثبت الخلف العام أن الالتزامات التي ترتبت عليه أصبحت مرهقة أو تتجاوز حدود حاجته ففي هذه الحالة يكون الحكم بإمكانية طلب الخلف العام فسخ العقد.(441) (القانون المدني الاردني، 1976)

وترى الدراسة طالما أن عقد الترخيص من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، فيجوز لمن يخلف المرخص له أو المرخص بعد زوال شخصية أحدهما أو كلاهما أن يطلب فسخ العقد شريطة إخطار الطرف الآخر في ميعاد مناسب وإلا يضمن ما ينشأ عن هذا الفسخ من ضرر للطرف الآخر.

ومن هذه الظروف أيضاً الترخيص من الباطن أو التنازل عنه، فالأصل أن يكون الترخيص بسيطا أي يجوز فيه الترخيص من الباطن أو التنازل عنه

ولكـــن الإســتثناء الــذي يرد على هذا الأصل هو عدم جوازه إلا بإذن سابق في حالــة إتفاق الطرفيــن على ذلك فإذا ما قام المرخص لــه بالترخيص مــن الباطن او التــنازل عــنــه يجــوز للمــرخص طبقــا لذلك المطالبــة بفسخ العقد لإخلال المــرخص له ببــنود العقد خاصة أن شخصية المرخص لــه غالبــا ما تكون محل اعتــبار لــدى المــرخص ويتعيــن عليــه لذلك استعمال العلامــة التجاريـــة موضــوع الترخيص بنفسه ما لــم يوجد شرط يقضـــي بخلاف ذلك ومن تطبيقات الظــرف الطــارئ أيضــا بطلان تسجيل العلامــة التجاريــة(442)(قانون العلامات التجارية الاردني، 1999) فإنه يترتب عليه عدم اعتبار المرخص مالكا أصلا وبالتالي يكــون الترخــيص قــد صدر من غير المالك مما يؤدي الى قيام حق المرخص له بالمطالــبة بفسخ العقد مع التعويض، ومنها كذلك عدم قيام المرخص بتجديد تسجيل العلامــة التجارية موضوع الترخيص التي انتهت مدة حمايتها أثناء فترة سريان عقد الترخــيص وذلــك حتى تستمر حمايتها القانونية ويمكن المرخص له من استعمالها دون أن ينازعه أحد.

3- الآثار المترتبة على إنهاء عقد الترخيص

تثور في صدد إنهاء عقد الترخيص باستعمال العلامــة التجارية مسألتان هما :

المسألة الأولى : فيما إذا كان عقد الترخيص محدد المدة وسكت العقد عن النص على حق المرخص له في تجديد العقد لمدة واحدة محددة قبل انتهاء مدته، فإذا ما طلب المرخص لــه تجديد العقد ورفض المرخص التجديد وإن كان هذا من حقه، أليس من حق المرخص له المطالبة بتعويض عما يصيبه من ضرر جراء عدم التجديد خاصة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار إن العقد المذكور قد يأخذ صورة عقــد الفرانشايز وقام بتشيد أبنية وأقام تجهيزات ضخمة وإعلانات متعددة كلفته أموالاً طائلة ؟

المسألة الثانية : في حالة قيام المرخص بإنهاء عقد الترخيص بإرادته المنفردة ودون موافقــة المرخص له، فهل يستحق المرخص له تعويضــاً من جراء هذا الإنهاء؟

وتم بحثهما في البندين التاليين :

أ- في حالة رفض المرخص تجديد عقد الترخيص قبل إنتهاء مدته.

إن عقد الترخيص يحدد بمدة بإنقضائهـــا ينتهي العقد وأحياناً قد ينص العقد على حـــق المـــرخص فـــي تجديـــده لمـــدة أو لمدد أخرى أو ينص علـــى التجديد تلقائـــيـــاً (443)(القانون المدني الاردني، 1976) ما لم يخطر أحد الطرفين الطرف الآخـــر قبل نهاية العقد برغبته في الإنهاء وينص العقد في هذه الحالة على مدة الإخطـــار. ولكن في الحالة التي يسكت فيها عقد الترخيص عن مثل هذا النص وطلب المرخص له تجديد العقد ورفض المرخص ذلك، فهل من حق المرخص لـــه أن يطالـــب بالـــتفويض عمـــا يلحقـــه من أضرار خاصة إذا ما كان عقد الترخـــيص يـــتخذ صورة الفرانشايز فيما إذا شيد أبنية وأقام تجهيزات ضخمة وإعلانات دعاية كلفته أموالاً طائلة ؟

بينت الدراسة مسبقاً أنه في عقود الفرانشايز فإن التزام المرخص لا يقتصر فقط على تمكين المرخص له من استعمال العلامة التجارية محل العقد والإنتفاع بها بل يلتزم بإن يقدم اليه المساعدة والمعرفة الفنية لتصنيع المنتجات او تجميعها من المرخص إلى المرخص له ويقوم بتصنيع وتوزيع السلع التي تحمل العلامة موضوع الترخيص.(444) (تحيل الدراسة بشأن عقود الفرانشايز الى المبحث الثاني من الفصـــل الثالث فلا داعي للتكرار) والمرخص له في هذا النوع من عقود الترخيص يشـــيد أبنية ويقوم بعمل تجهيزات وينفق أموالاً طائلة في سبيل استعمال العلامة الـــتجارية والقـــيام بإعلانات دعاية لها وخاصة اذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن المـــرخص لـــه قد يعلق حقه في تجديد العقد على مدى نجاح مشروعه ورواج منـــتجاته وحجـــم مبـــيعاته وحجم الزبائن والعملاء الذين كونهم وشهرة العلامة التجارية التي تحمل منتجاته أو بضائعه أو خدماته واضعاً نصب عينيه منذ بداية العقـــد أن المـــرخص سوف يوافق على طلب تجديده، ففي الحالة التي لا يسمح فـــيها المـــرخص تجديد العقد سينعكس ذلك سلباً على مشروع المرخص بل قد يـــؤدي الـــى فشـــله حيث يصبح إنتاج المنتجات أو البضائع أو تقديم الخدمات

لمعــرفة المــرخص له فيما إذا لم يجدد العقد عديم الجدوى من ناحية المردود الإيجابـــي طالما أن العلامة التجارية موضوع الترخيص لا تستخدم في تمييزها عن مثيلاتها.

تعرضـــت بعض التشريعات لعلاج هذه الحالة فوضعت قيوداً على حرية المرخص في إنهاء العقد، ففي كثير من قوانين الولايات المتحدة الأمريكية والتي تنظم عقد الفرانشايز حظرت على المرخص أن يرفض تجديد العقد ما لم يستند الـــى ســـبب معقول(445)(الصغير،1993) كتشريع ولاية نيوجرسي حيث حظر على المرخص سواء بنفسه أو عن طريق أحد وكلائه أو تابعيه إنهاء أو إلغاء أو عـــدم تجديـــد عقد الفرانشايز بدون سبب معقول وإخطار مسبق يوضح أسباب الإنهـــاء أو الإلغـــاء أو عـــدم التجديد، وقد حدد القانون المدة المقررة للإخطار فأوجـــب علـــى المرخص إخطار المرخص له بنيته في وضع نهاية للعقد قبل تاريخ الإنهاء بـــ 60 يوماً على الأقل.(446)(الصغير، 1993)

أمـــا الوضع في الأردن، فلم يتناول المشرع الأردني تنظيم حق المرخص له في تجديد عقد الترخيص قبل انتهاء مدته كما أن القضاء الأردني فقير في هذا المجـــال فلـــم نعثر على أحكام في هذه المسألة. ولذلك ترى الدراسة أمام هذا الوضع أن تحكم هذه المسألة وفقاً للقواعد العامة.

إبـــتداء فان العقد شريعة المتعاقدين، فيجوز للطرفين(المرخص والمرخص لـــه) أن يدخلا تعديلات على حقوقهما والتزاماتهما بنصوص صريحـــة في عقد الترخـــيص وذلـــك في حدود النظام العام والآداب العامة، ولذلك فمن المتصور ابـــتداء أن يتفق الطرفان على أنه من حق المرخص له تجديد العقد لمدة أخرى شـــريطة إعلام المرخص برغبته في ذلك خلال مدة معقولة قبل نهاية مدة العقد وإذا ما رغب المرخص برفض طلبه يقوم المرخص بإعلام المرخص له برغبته في وضع نهاية للعقد قبل مدة إنهائه بمدة زمنية معقولة وأن يستند ذلك الى سبب معقـــول وتقـــترح الدراسة في هذا الصدد أن تكون المدة معقولة كافية لتصويب أوضـــاع المرخص له بأن تكون المدة مثلاً ثلاثة أشهر سابقة لانتهاء مدة العقد

المتفق عليها. ومن ناحية أخرى وبالرجوع الى القواعد العامة فإن قواعد التعسف في استعمال الحق.(447) (القانون المدني الاردني، 1976) وقواعد العدالة (448) (القانون المدني الاردني، 1976) والعرف التجاري المعتمد في العقود المماثلة لعقد الترخيص فإن هذه القواعد تلزم المرخص في عقد الترخيص بتعويض المرخص له عما يلحقه من ضرر بسبب رفض المرخص العقد.

وترى الدراسة أن المرخص له يستحق التعويض بالإضافة إلى ما سبق إستناداً للأسباب التالية :

أولاً : لأن المرخص له خلال مدة سريان عقد الترخيص يكون قد كون عملاء وزبائن وجذبهم للتعامل معه ومع منتجاته أو بضائعة أو خدماته التي توضع عليها العلامة التجارية موضوع الترخيص خاصة أن العلامة التي توضع على تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات تستخدم في الدعاية والإعلان للتدليل عليها وتمييزها عن مثيلاتها .

ثانياً : أن المرخص له ينفق أموالا طائلة في سبيل استعمال العلامة التجارية ولإنجاح مشروعه وترويج منتجاته أو بضائعة أو خدماته لجذب أكبر قدر ممكن من العملاء والمستهلكين.فلهذا فمن العدل أن يعو ض المرخص له إذا ما رفض المرخص تجديد العقد. فالعدالة كما يرى البعض(449)(الصغير، 1993) -وبحق- تقتضي تعويض المرخص له عن كافة الأضرار التي تلحق به بسبب رفض المرخص تجديد العقد إذا كان قرار المرخص لا يستند الى سبب معقول وهذا ما يتطلبه تنفيذ العقد بحسن نية(450)(القانون المدني الاردني، 1976) وأمانة متبادلة فيما بين طرفيه(المرخص والمرخص له)

ب- في حالة قيام المرخص بإنهاء عقد الترخيص بإرادته المنفردة دون موافقة المرخص له

إن عقد الترخيص قد ينحل إراديا ومن صور ذلك إنهائه بالإرادة المنفردة لأحد أطرافه وفي هذه الحالة نعالج حالة إنهاء عقد الترخيص بالإرادة

المـــنفردة للمرخص دون موافقة المرخص له متى كان العقد محدد المدة، وإذا مـــا كـــان عقد الترخيص غير محدد المدة فلا يجوز لأي من طرفيه إنهـــاء هذا العقد في أي وقت يشاء(451)(الكندري، 2000)، أما إذا كان عقد الترخـــيص محدد المدة فالقاعدة أن هذا العقد ينتهي بإنتهاء مدته ما لم يتفق الطـــرفان علـــى ضـــرورة الإخطـــار في حالة الرغبة في تجديد العقد أو ضـــرورة الإخطـــار في إبداء الرغبة بعدم تجديده، ولكن ما مدى أحقية المرخص له في التعويض في حالة إنهاء العقد المذكور من قبل المرخص بإرادته المنفردة قبل انتهاء مدته ؟

إنقسمت التشريعات لعلاج هذه الحالة الى اتجاهين :

الاتجـــاه التشريعي الأول أطلق حق المرخص في إنهاء عقد الترخيص دون قـــيود ومـــن دون سبب جدي ومقبول ، ويبرر هذا الاتجاه أن وضع قيود على حق المـــرخص فـــي إنهـــاء العقد بأن يكون إنهاء العقد مستندا الى أسباب جدية ومبررة ومقـــبولة قد ينعكس سلباً في عدم تشجيع أصحاب العلامات التجارية في الترخيص باستعمالها وإبرام عقود الترخيص بشأنها نظراً لتقييد حقه في إنهاء العقد الأمر الذي قـــد يـــؤدي في نهايـــة المطاف تدميرً عقد الترخيص، كما أن وضع قيود على حقه خاصـــة فيما يتعلق بنفقات رقابة الجودة سوف ترتفع في شبكة المرخص لهم الأمر الـــذي يـــنعكس علـــى الأسعار وهذا بدوره يؤدي الى جعل الإقبال على إبرام عقود التراخـــيص الاتفاقـــية باستعمال العلامه التجارية ليس مرغوباً فيه.(452) (الكندري، 2000) ويأخذ بهذا الاتجاه تشريعات 36 ولاية أمريكية بأن للمرخص في هذه الحالة إنهـــاء العقد اذا كان غير محدد المدة أو أن هذا العقد ينتهي بانتهاء مدته ولا يلزم أن يكون للمرخص سبب مقنع وقوي في إنهاء العقد.(453) (الكندري، 2000)

أما الإتجاه التشريعي الثاني فذهب إلى ضرورة تقييد حق المرخص في إنهاء العقد بأن يستند هذا الانتهاء الى أسباب جدية ومقبولة. ويرى هذا الإتجاه أن يراعى هـــذا القيد في حالة تجديد العقد(454) (الكندري، 2000) ويبرر رأيه بأن المرخص له

قـــد كون عملائه وزبائنه أي عنصر الاتصال بالعملاء من خلال التصاق العلامة التجارية المرخص باستعمالها في أذهانهم.

ولذلـــك لـــيس من العدالة أن يستأثر المرخص بالمردود الإيجابي أي الأرباح العائدة من حجم المبيعات للمنتجات أو البضائع أو تقديم الخدمات التي تحمل العلامة التجارية موضوع الترخيص بقيامه بإنهاء العقد مع المرخص له بإرادته المنفردة ثم يقوم بعد ذلك بموارده المالية بترويج هذه المنتجات أو البضائع أو الخدمات أو يتفق مـــع مـــرخص له جديـــد لاســـتعمال هذه العلامة من دون أن يعوض المرخص له تعويضـــاً مناسباً. ومن الأسباب المبررة والمقبولة لإنهاء هذا العقد بالإراده المنفردة من قبل المرخص، عدم قيام المرخص له بالأعمال المطلوبة منه على الوجه الأكمل وقـــيامه بإفشاء أسرار المرخص وعدم التزامه بقيود المنافسة المفروضة عليه(455) (الكندري، 2000) أو منافسته للمرخص لهم الآخرين.

ويأخذ بهذا الإتجاه قرابة 14 تشريع ولاية أمريكية.(456) (الكندري، 2000)

أمـــا عـــن موقف القانون الأردني من هذه المسألة، فالمشرع الأردني لم يعالج هـــذه المسألة كما أن القضاء الأردني لم يتناولها وأمام هذا الوضع ترى الدراسة أن حـــق المـــرخص في إنهاء العقد ليس مطلقاً بل يجب لاستعماله أن يستند الى مبرر مشـــروع بمعـــنى وجـــود مصـــلحة مشـــروعة للإنهاء دون أن يلحق ضرر جسيم بالمـــرخص لـــه بحيـــث اذا لم يقصد بالإنهاء مصلحة مشروعة أو كانت المصلحة المرجوة من الإنهاء لا تتناسب مع الضرر الذي لحق المرخص يكون الإنهاء عندئذ تعســـفياً يترتـــب علـــيه حق المرخص له في التعويض.(457)(القانون المدني الاردني، 1976)

ولذلـــك تدعـــو الدراســـة المشـــرع الأردنـــي إلى إسباغ حماية تكون كافية للمـــرخص لـــه بأن ينص بعدم جواز قيام المرخص بإنهاء عقد الترخيص دون أن يكـــون المـــرخص له قـــد ارتكـــب خطأ ودون أن يستند في ذلك الى سبب مقبول وضـــرورة الإخطـــار قبل انتهاء العقد في وقت مناسب وأن يرتب جزءاً على عدم الـــتزام المرخص بذلك يتمثل في إستحقاق المرخص له تعويضاً يراعى فيه ما لحقه

مـــن ضرر وما فاته من كسب ومدى إفادة المرخص من جهود المرخص في ترويج المنـــتجات أو البضائع أو الخدمات التى تحمل العلامة التجارية موضوع الترخيص وأيضاً حجم ما كوّن المرخص له من عملاء وزبائن.

أمـــا الفقـــه القانونـــي فقد أختلف في الأساس القانوني لحق المرخص له في الحصـــول علـــى التعويض، فذهب بعض الفقه الى تأسيسه على نظرية الإثراء بلا سبب على اعتبار أن المرخص سوف يثري على حساب المرخص له بدون سبب إذا لـــــم يقم بتعويض عن عنصر العملاء على اعتبار أن عنصر الإتصال بالعملاء له قـــيمة مالـــية يجـــب أن يقوّم.(458)(شفيق، 1998)، في حين ذهب الرأي الآخر إلى القول بأن هذا التعويض لا يعدو أن يكون إلا أجرا مؤجلاً يستحقه المرخص له عن إنهـــاء العقد وعدم تجديده بسبب استمرار العملاء في الإقبال على منتجات المرخص أو خدماته.(459)(الخولي، 1958)

وترى الدراسة أن ما ذهب إليه الرأي الأول – وبحق – هو منطقي وسليم، فحـــق المـــرخص له يستند الى نظرية الإثراء بلا سبب، فالمرخص له يعمل خلال مدة سريان عقد الترخيص على جذب العملاء وترغيبهم في المنتجات أو البضائع أو الخدمـــات الـــتى تحمل العلامة التجارية موضوع الترخيص، كما أن المرخص له أنفـــق أمـــوالا طائلة في سبيل الترويج عن العلامة التجارية التي تحمل منتجاته أو بضـــائعه أو خدماته من خلال الدعاية والإعلان عنها وزادت بالتالي شهرتها بازدياد قدرتهـــا علـــى جـــذب اكبر قدر ممكن من العملاء ولذلك إذا لم يعوض المرخص المـــرخص له بســـبب إنهائـــه العقد قبل انتهاء مدته فيكون قد أثرى على حسابه بلا سبب.

الفصل الخامس

الخاتمة والنتائج والتوصيات

بعـــد أن تـــم عرض ومناقشة موضوع الترخيص باستعمال العلامة التجارية بإعتبارها أحد التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية نظراً لأنها منقول معـــنويٌ متقوّم بالمال تدخل في الجانب الإيجابي لمالكها. ومن خلال البحث في هذا الموضـــوع، فقـــد حاولـــت الدراسة قدر المستطاع أن تقف على كل نقطة من نقاط البحـــث، محاولةً شرحها وبيان ماهيتها والإجتهاد كلما تطلب الأمر ذلك، هادفةً من ذلك رسم حدود ومعالم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية.

وهكـــذا وبعـــد أن انتهت الدراسة من هذا الموضوع، فإنه يجدر بها أن تثبت النـــتائج الـــتى توصلت إليها وعلى ضوئها فإنها تقدم توصيات تتمنى على المشرع الأردني أن يأخذ بها.

أولاً : النتائج

1- لقـــد أحســـن المشرع الأردني صنعاً بالتعديل الذي أجراه على قانون العلامات الـــتجارية الأردنـــي رقم (33) لسنة 1952 بموجب القانون المعدل رقم (34) لســـنة 1999، ذلك التعديل الذي جاء منسجماً مع الإنفتاح الإقتصادي بين دول العـــالم وفي ظل العولمة وإزالة القيود والعوائق الحدودية فيما بين دول العالم وخاصـــة بعـــد إنضـــمام الأردن الى منظمـــــــة التجارة العالمية (W. T O) وبخاصـــة إتفاقـــية تـــر يـــبس (TRIPS) والمتعلقة بالملكية الفكرية، فالقانون المذكور يتفق الى حد كبير مع أحكام هذه الاتفاقية خاصة أنه يعترف بعلامات الخدمـــة والعلامـــات المشهورة والعلامات الجماعية، كما أجاز التصرف في العلامـــة الـــتجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، بالإضافة الى تنظيمه لمسألة الترخيص باستعمال العلامات التجارية.

2-لقد أحسن المشرع الأردني في تخليه عن نظرته التقليدية لوظيفة العلامه التجارية وتبنيه الإتجاه الحديث في النظر لوظيفة العلامة بأنها أداه ضمان لجودة المنتجات أو البضائع أو الخدمات وليس أداة للدلالة على مصدرها.

3-لقد أجاز المشرع الأردني مسألة الترخيص باستعمال العلامه التجارية، إلا أنه لم تصدر التعليمات الخاصة بتحديد إجراءات تسجيل عقد الترخيص وتجديده ونطاقه الجغرافي والتنازل عنه وشطبه وغيرها من الأمور التي تتعلق به حتى هذه اللحظة، وكل ما صدر بخصوص هذه المسأله هو نظام العلامات التجارية المعدل رقم (37) لسنة 2000 ويقرأ مع النظام رقم (1) لسنة 1952 خصوصاً فيما يتعلق بالرسوم القانونية لتسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وهي ثلاثون ديناراً.

4-يرتبط الترخيص باستعمال العلامة التجارية إرتباطاً وثيقاً بموقف التشريعات المقارنه من مسألة جواز التصرف في العلامه التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري، وقد رأت الدراسة أن هناك إتجاهان تشريعان في هذا الصدد : الأتجاه التشريعي الأول الذي أجاز التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري، أما الأتجاه التشريعي الثاني فقد حظر التصرف في العلامة مستقلة عن المحل التجاري.

5-أوضحت الدراسة موقف المشرع الأردني في مسألة الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فبينت أن قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 لم يذكر شيئاً في بداية صدوره عن هذه المسألة وعندما أدرك المشرع الأردني أهمية عقود التراخيص باستعمال العلامات التجارية وإستجابة لحاجات التجارة ونظرا لما شهده الواقع العملي من إبرام عقود تراخيص باستعمال العلامات التجارية ذات الشهرة العالمية ونظراً لما لها من دور في تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي وإستجابة لمتطلبات الإنضمام الى منظمة التجارة العالمية وخاصة اتفاقية تريبس، فقد أجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري الذي يميز بضائعه أو منتجات أو خدماته.

6-يعتـــبر عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الحديثة نسبياً التى ظهـــرت عـــندما اســـتقرت في الأذهان فكرة إنفصال ملكية العلامة التجارية كمـــنقول معـــنوي عن استعمالها وبذلك يجوز أن يكون مستعمل العلامه غير مالكها.

7-نظـــراً لحداثـــة عقـــد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهو عقد قائم بذاته ومســـتقل تمامـــاً عن العقود الأخرى التى قد تشتبه به ولذلك فإن قوانين الدول العربـــية المـــتعلقة بالعلامات التجارية ومنها قانون العلامات التجارية الأردني تخلـــو من أحكام خاصة تحكم كيفية إبرامه وتنفيذه وحقوق وإلتزامات أطرافه وأســـباب إنقضائه مما يعني خضوعه للقواعد العامة في العقود بإعتباره عقداً غير مسمى.

8-رغم أن العقد المذكور لا يتمتع بنظام قانوني خاص به إلا أنه يتمتع بخصائص وسمات تميزه عن بقية العقود التجارية التقليدية من ذلك أن له محلا متميزاً ألا وهو العلامة التجارية كما أن هناك حماية خاصة تميز التعامل بمحل هذا العقد دون غـــيره من العقود ألا وهي الحماية القانونية المدنية والجزائية لحق مالك العلامة التجارية محل عقد الترخيص.

9- خلصت لدراسة الى أن حق المرخص له في استعمال العلامة التجارية هو حق شـــبيه بحـــق المستأجر، فهو يكتسب حقاً شخصياً قبل صاحب العلامة يخوله اســـتعمال العلامة ولا يتمتع المرخص له بحق مباشر على العلامة وبالتالي لا يملك إقامة دعوى تقليد ضد مغتصب العلامة ويبقى للمالك وحده حق إقامة هذه الدعـــوى، فـــي حين يحق للمرخص له إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة إســـتناداً لـــنص المـــادتيـــن (2/ ب ،3) من قانون المنافسة غير المشـــروعة والأسرار التجارية الأردني رقـــم (15) لسنة 2000.

10-إن عقد الترخيص باستعمال العلامـــه التجارية يقوم على الإعتبار الشخصي، ويترتب على هذا أنه لا يمكن لطرفي العقد المذكور التنازل عن العقد للغير أو الترخيص من الباطن دون إتفاق.

11- رغم أن قانون العلامات التجارية أجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية إلا أنه لم يتناول مسألة في غاية الأهمية ألا وهي مسألة رقابة الجودة على المنتجات أو البضائع أو الخدمات التى توضع عليها العلامة التجارية محل عقد الترخيص، فإذا ما وضعت العلامة على منتجات أو بضائع أو خدمات معينة وألحقت ضرراً بجمهور المستهلكين أو اقل جودة أو أحط مرتبة من تلك التى تستخدم العلامة محل عقد الترخيص في تمييزها عن مثيلاتها ، ومن هنا تأتي ضرورة النص على رقابة الجودة بإعتبارها ضابطاً مهماً ومبدأ ضرورياً عند نقل العلامة التجارية إستقلالاً عن المحل التجاري كما فعل المشرع الأمريكي؛ فرقابة الجودة لها أهميتها من حيث ملاءمة المنتجات أو البضائع أو الخدمات لرغبات جمهور المستهلكين وفي تحقيق التوازن الإقتصادي بين المستهلك والمستفيد للمواصفات العالمية الموضوعة للمنتجات أو البضائع أو الخدمات المتقدمة مما ينعكس إيجابيا على المنافسة المشروعة والشريفة بين القطاعات الإنتاجية والخدمية وبالتالي خفض الأسعار وزيادة الأرباح لدى المنتجين ومقدمي الخدمات وبالتالي دعم الإقتصاد الوطني من خلال زيادة الصادرات.

12- عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية محله علامة تجارية مسجلة وتتمتع بخصائص وسمات معينة وتتمثل في أنها منقولٌ معنويٌ متقوم بالمال والحق فيها حق دائم وهي قابلة للتصرفات الجائزة قانوناً وتتحدد حقوق المرخص له بموجب العقد من حيث نطاقها، فقد يكون الترخيص بسيطاً وهو الأصل، كما قد يكون مانعاً وأيضاً إستئثارياً.

13- تناول المشرع الأردني في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 وبموجب المادة (9) منه حكم الشروط التي قد ترد في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والتي يكون موضوعه نقل تكنولوجيا صناعية وتتخذ فكرة رقابة الجودة كوسيلة لسيطرة المرخص وفرض رقابته المستمرة على المشروع المرخص له باستعمالها بحجة التأكد

من إحترام المعايير المطلوبة ، فقرر بطلان كل شرط مقيد للمنافسة ويكون لـــه أثر سلبي على التجارة ويعيق نقل التكنولوجيا ونشرها وخصوصاً إلزام المـــرخص له بعدم نقل التحسينات التي يجريها على التكنولوجيا التي شملها عقـــد الترخـــيص إلا للمرخص أو منع المرخص له من المنازعة إدارياً او قضـــائياً فـــي حـــق الملكـــية الفكرية الذي يتم ترخيصه وأيضاً منها إلزام المرخص له بقبول الترخيص بمجموعه من الحقوق بدلاً من حق واحد.

14- لقـــد كـــان للقضـــاء الأمريكي والبريطاني الدور الأبرز في ترسيخ فكرة الترخـــيص باســـتعمال العلامـــة التجارية، في حين أن القضاء الأردني لم يتناول هذا الموضوع.

15- يواجـــه عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعض المشكلات العملية منها :

أ-فـــيما يـــتعلق بمســـئولية المرخص عن أعمال المرخص له إذا أُصيب جمهور المســـتهلكين بضرر جراء وضع العلامة التجارية على منتجات أو بضائع أو خدمات معينة مضرة بالصحة، فالمشرع الأردني لم يتناول هذه المسألة بأحكام قانونية خاصة.

ب-يـــبرز هذا العقد مشكلة عند إنقضائه فيما يتعلق بحق المرخص فـــي إنهـــاء عقد الترخيص بإرادته المنفردة أو رفضه تجديد العقد إذا ما تقدم المرخص له بطلب لذلك، فالمشرع الأردني لم يتناول حكم هذه المسألة.

ثانيا : التوصيات

وعلـــى ضـــوء النتائج السابقة التي عرضت الدراسة لها فإنها تقدم التوصيات التالية آملةً من المشرع الأردني أخذها بعين الإعتبار :

1-القـــانون الـــذي يـــنظم أحكـــام العلامة التجارية في الأردن هو قانون العلامات الـــتجارية رقـــم (33) لســـنة 1953 وتعديله لعام 1999 وتتمنى الدراسة على المشـــرع الأردني أن يصدر قانوناً جديداً وليس معدلاً على غرار قانون براءات

الإختراع رقم (32) لسنة 1999 وذلك حتى يواكب التقدم المطرد في المجال الصناعي والتجاري والتقني للعصر الذي نعيش.

2-لا بد من الإسراع في إصدار التعليمات الخاصة بتنفيذ أحكام النصوص القانونية المنظمة للترخيص الإتفاقي باستعمال العلامة التجارية في الأردن إستناداً لنص المادة (3/26) من قانون العلامات التجارية الأردني، لأن التأخر في إصدار مثل هذه التعليمات سوف يكون عائقاً أمام تطبيق أحكام هذه النصوص القانونية وتنفيذها وحتى يساعد ذلك تحقيق الهدف من الانضمام الى منظمة التجارة العالمية خاصة في مجال تشجيع الاستثمار في الأردن ولأن ازدياد عمليات إبرام عقود التراخيص باستعمال العلامة التجارية سوف يزيد من إيرادات الخزينة العامة للدولة .

3-بخصوص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لم يصدر إلا النظام المعدل لنظام العلامات التجارية رقم (37) لسنة 2000 إنسجاماً مع صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لعام 1999 وقد نظم الجدول الأول من النظام الجديد الرسوم القانونية المتعلقة بالعلامات التجارية، فجعل رسوم تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية ثلاثين ديناراً، وحقيقة هذا المبلغ لن يعود بالنفع على الخزينة العامة للدولة ذلك أن تشجيع الاستثمار لا يعني خفض الرسوم القانونية ولذلك نتمنى لو تم ربط رسوم تسجيل عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بنسبة مئوية يراعى فيها القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية محل العقد المذكور وشهرتها وحجم السوق الاستهلاكي للمنتجات أو البضائع أو الخدمات التي توضع عليها هذه العلامة ومدى المنافسة لهذه المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

4-توصي الدراسة على المشرع الأردني أن يخصص فصلاً خاصاً من قانون العلامات التجارية على غرار التشريعات المقارنة للترخيص الإتفاقي باستعمال العلامة التجارية لا أن يفرد له فقرات من مادة، وطالما أن المصدر التاريخي لقانون العلامات التجارية الأردني لعام 1953 وتعديله لعام 1999 هو قانون

العلامـــات التجارية البريطاني لعام 1938 والملغى بموجب القانون لعام 1994 فـــإن الدراســـة توصي على المشرع الأردني أن يعيد تنظيم النصوص القانونية المتعلقة بالترخيص ويا حبذا لو يأخذ بما يلي :

1- يجـــوز لمـــالك العلامـــة الـــتجارية أن يرخص لإي شخص طبيعي أو معنوي باســـتعمالها عـــن كل أو بعض المنتجات أو البضائع أو الخدمات المسجلة عنها العلامـــة ويكـــون لمالك العلامة الحق في أن يرخص لأشخاص آخرين باستعمال نفس العلامة كما يكون له أن يستعملها بنفسه ما لم يتفق على خلاف ذلك.

2- يجب ألا تزيد مدة الترخيص عن مدة حماية العلامة التجارية وفق تسجيلها.

3- يجب أن يكون عقد الترخيص مكتوباً وأن يصدق على توقيع الأطراف المتعاقدة بصـــفة رســـمية أمـــام المسجل وإذا كان المرخص شخصاً معنوياً يستعاض عن التوقيع بوضع الختم الخاص به.

4- يجـــب قيد عقد الترخيص في سجل العلامات بعد دفع الرسوم القانونية المحددة بموجب المادة (6) من نظام العلامات التجارية.

5- لا يكـــون للترخيص حجة على الغير إلا من تاريخ تدوين الترخيص في السجل وينشر ذلك في الجريدة الرسمية.

6- يتم إشهار الترخيص بالنشر في الجريدة الرسمية ويتضمن النشر ما يلي :

اولا:الرقم التابع للعلامة.

ثانيا:تاريخ تسجيلها ورقم وعدد وتاريخ الجريدة الرسمية التي أعلن فيها التسجيل.

ثالـــثا: البضـــائع أو المنـــتجات أو الخدمـــات التي سجلت عنها العلامة المرخص باستعمالها.

رابعا: إسم مالك العلامة ولقبه ومهنته وجنسيته.

خامساً:إسم المرخص له ولقبه ومهنته وجنسيته.

سادساً: تاريخ الترخيص باستعمال العلامة وتاريخ التأشير به في السجل.

7- لا يجوز للمرخص له التنازل عن الترخيص لغيره أو منح تراخيص من الباطن ما لم يتفق على خلاف ذلك.

8- النص على ضرورة عدم جواز استعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص في تمييز منتجات أو سلع أو خدمات مغايرة لتلك التي تميزها والعائدة ملكيتها للمرخص.

9- نوصي بأن يتخذ المشرع الأردني مواقف واضحة بشأن حقوق أطراف عقد الترخيص وإلتزاماتهم.

10- النص على إنتقال الحق في ملكية العلامة التجارية محل الترخيص الى الخلف القانوني للمرخص.

11- النص على حق المرخص له في أن يحمي العلامة التجارية محل الترخيص من أي إعتداء من قبل الغير على حقوقه أثناء استعماله لها من حيث :

أولا: للمرخص له الحق في أن يطلب من المرخص مالك العلامة التجارية المسجلة أن يباشر إجراءات دعوى التعدي على أي أمر يؤثر على حقوقه ما لم يشر عقد الترخيص خلاف ذلك.

ثانيا: وإذا رفض مالك العلامة التجارية المباشرة بهذه الاجراءات أو أنه لم يجب على طلب المرخص له خلال ثلاثين يوماً من تاريخ الطلب منه ذلك، فإن للمرخص له أن يباشر إجراءات الدعوى بإسمه الخاص كما لو كان هو مالك العلامة.

ثالثا: وإذا تمت مباشرة هذه الإجراءات من قبل المرخص له فإنه لا يجوز للمرخص له بدون الحصول على إذن من المحكمة المختصة أن يباشر بإجراءات المحاكمة إلا إذا تم ضم مالك العلامة التجارية كمدع أو تم إدخاله كمدعى عليه على أن ذلك لا يمنع المرخص له من الحصول على أية قرارات تحفظية محافظة على حقوقه.

12- الـــنص على ضرورة حماية جمهور المستهلكين من أية أضرار قد تلحق بهم فـــيما لو وضعت العلامة التجارية محل الترخيص على منتجات أو بضائع أو خدمات معيبة أو مضرة بالصحة العامة.

13- النص على أنه لا يجوز أن تفرض في عقد الترخيص على المرخص له قيود غـــير مترتـــبة علـــى الحقـــوق التي يخولها تسجيل العلامة أو غير ضرورية للمحافظة على هذه الحقوق. ولا تعتبر الشروط الآتية شروطاً باطلة :

أولا:تحديد نطاق ومدى المنطقة الجغرافية أو مدة استعمال العلامة التجارية.

ثانيا:الشروط التي تستلزمها متطلبات الرقابة الفعالة على جودة المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

ثالـــثا:الالتزامات المفروضة على المرخص له بإلامتناع عن كافة الأعمال التي من شأنها الإساءة الى العلامة التجارية وتراعى في هذا الصدد ما نصت عليه المادة (9) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

14- توصـــي الدراســـة المشـــرع الأردنـــي أن ينظم مسألة تجديد عقد الترخيص وأسباب إنقضائه وشطبه على النحو التالي:

اولا-بخصوص تجديد عقد الترخيص تقترح الدراسة ما يلي :

1- ينتهي عقد الترخيص بإنتهاء المدة المحددة في العقد ما لم يشترط تجديده تلقائيا.

2-إذا إنـــتهى عقـــد الترخـــيص وبقي المرخص له يستعمل العلامة التجارية على منـــتجاته أو بضائعـــه او خدماته برضى المرخص الصريح أو الضمني أعتبر العقد مجدداً بشروطه الأولى.

3- يجـــدد المسجل تسجيل عقد الترخيص بناء على طلب المرخص أو المرخص له بعد دفع الرسوم القانونية.

4-إذا أنهى المرخص عقد الترخيص بإرادته المنفردة أو رفض تجديد العقد دون أن يكـــون المـــرخص لـــه قد ارتكب خطأ ودون أن يستند في ذلك الى سبب مبرر

وبدون أخطاء قبل إنتهاء العقد في وقت مناسب يجب عليه تعويض المرخص له ويــراعى في تقدير قيمة التعويض ما لحق المرخص له من ضرر وما فاته من كســب ومــدى إفادة المرخص من جهود المرخص له في ترويج المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية محل الترخيص.

ثانــيا:بخصــوص أســباب إنقضــاء عقــد الترخيص، النص على أنه ينقضي عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في أي من الحالات التالية :

أ- انــتهاء مدة حماية العلامة التجارية المحددة وفقاً لاحكام هذا القانون دون تجديد تسجيلها.

ب- صــدور حكم قطعي ببطلان تسجيل العلامة التجارية محل الترخيص من الجهة القضائية المختصة.

ت – الــتخلف عن دفع الرسوم السنوية لغايات تجديد تسجيل العلامة التجارية وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ استحقاقها.

ثالثا:بخصوص شطب الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

أ- يــتم شطب الترخيص بناء على طلب مالك العلامة أو المرخص له بطلب يقدم الــى المسجل على النموذج المعدل لذلك ويرفق به ما يثبت إنهاء الترخيص أو فسخه.

ب- يجب على المسجل سماع أي من الطرفين في موضوع الأعتراض على طلب شطب الترخيص وأن يتم ذلك خلال ثلاثين يوماً من تبلغ الطلب بإخطار الطرف الآخــر في عقد الترخيص بمضمون الطلب المقدم للشطب وله حق الإعتراض علــى الطلــب أمام المسجل خلال ثلاثين يومــاً من تبلغه هذا الإخطار، فإذا لم يفعل ذلك يعتبر سقط حقه في الإعتراض.

ت- لأي من الطرفين حق الطعن في قرار المسجل سواء بقبول الشطب أو رفضه أمـــام محكمة العدل العليا ويقدم الأستئناف بموجب هذه المادة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ قرار المسجل.

ث- فـــي حالة عدم الاعتراض على شطب الترخيص أو صدور قرار نهائي بإقرار الشـــطب يقوم المسجل بشطب الترخيص مع ذكر سبب الشطب وتاريخه ويبلغ طالبه إخطاراً بحصول الشطب.

ج- يقوم المسجل بشهر الشطب في الجريدة الرسمية.

5- ضرورة تعديل نص المادة (34) بصورة تصبح معها إمكانية المطالبة بالتعويض عن أي تعد على العلامة التجارية حتى لو كانت غير مسجلة في الأردن إنسجاماً مـــع إتفاقـــية تريبس التي لم تقرن حماية العلامة التجارية مدنياً بالتسجيل وإلغاء نـــص الفقـــرة (ب) من المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار الـــتجارية الأردنـــي مـــنعاً للإزدواج، نظراً لما ذلك من دور بارز في تشجيع الإســـتثمار في الأردن من خلال ازدياد إبرام عقود التراخيص باستعمال العلامة التجارية ، فمن المتصور الترخيص ولو كانت العلامة غير مسجلة ، وذلك لأن التســـجيل لا ينشئ بذاته حقاً في ملكية العلامة ، إذ أن هذا الحق وليد الاستعمال الفعلـــي لهـــا، ولا يعد التسجيل في القانون الأردني إلا قرينـــة على هذا الحق يجوز إثبات عكسها لمن يدعي أسبقيته في استعمال العلامة.

وفـــي الختام، فإن وفقت هذه الدراسة فبفضل وتوفيق من الله عز وجل وإن لـــم توفـــق فلقصـــور لا لتقصير وما شفيعها في ذلك إلا أن الكمال لله وحده منهـــيـــة بمقولـــة الأصفهاني : (لا يكتب إنساناً كتاباً في يومه إلا قال في غده لـــو غير هذا لكان أحسن ولو زيد هذا لكان يستحسن، ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك هذا لكان أجمل، وهذا من أعظـــم العبر وهو دليل إستيلاء النقص على جملة البشر).

الهوامش

1- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية،العدد 2645،تاريـخ 1/ 1976/8، ص2

2- انظر المادة (67) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.

3- لمزيد من التفصيل راجع د.سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1967، ص 5 وما بعدها.

4- انظر د.صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1983، ص 59. وأيضا د.محمد حسني عباس، الملكية الصناعية او طريق انتقال الدول النامية الى عصر التكنولوجيا، بلا دار نشر، 1976،ص10 وايضا د.عبدالله الخشروم، أثر انضمـام الاردن الـى منظمـة التجارة العالميـة(W. T.O) في تشريعات الملكية الصناعية والتجارية الاردنية، بحث منشور في مجلة الحقوق، الكويت،العدد الثاني، السنة السادسه والعشرون، 2002، ص 290. و د.حلو ابو حلو و د. سائد المحتسب، مقدمة في الملكية الفكرية والحماية القانونية براءات الاختراع، ص 114، ورقة عمل قدمت في المؤتمر العلمي العالمي الاول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10 – 11/ 7 / 2000، جامعة اليرموك، كلية الحقوق، الاردن، 2001، ص 114 وما بعدها وايضا ص 431 وما بعدها.

5- إن وشم الماشية والإبل معروف في البادية العربية على وجه العموم والبادية الأردنية على وجه الخصـوص، ومن هذه العلامات علامـة"الميـم" و " المطرق " و " الحلقة " و " الدائرة " و " الهلال " حيث لكل قبيلة علامة يميزون بها الماشية، أنظر حسين الشرعة، صورة أخبارية، جريدة الدستور الأردنية، العدد الصادر في 2000/4/13، ص 28. وتعتقد الدراسة ان العلامة هنا ليست علامة تجارية بل علامة دالة على الملكية.

6- د.ثروت عبدالرحيم، الملكيـــة التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، 1987، ص 127.

7- د صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة،عمان،ط1، 2000 ، ص 254. وأنظر المادة " 2" من قانون العلامات التجارية الأردني حيث عرّف المشرع الأردني العلامة التجارية بأنها :" أي إشارة ظاهره يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره ".

8- المحامي صلاح سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري،بلا دار نشر، 1986، ص 25، هامش "24".

9- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 354 تاريخ 16/3/ 1930، ص2.

10- نشر هذا القانون في الجريـــدة الرسميـــة،العـــــدد 1110، تاريـــــخ 1/6/1952، ص243.

11- نشر هذا القانون في الجريـــــدة الرسمية، العـــــدد 4389، تاريـــخ 1/11/1999، ص4299.

12- نشر هذا النظام في الجريدة الرسميـــــة، العـــدد 1129،تاريـــــخ 1/12/1952، ص397.

13- نشر هذا النظام في الجريدة الرسميـــة، العـــدد 4453، تاريـــــخ 31/8/2000، ص 3442.

14- نشر هذا القانون في الجريدة الرسميـــة، العدد 1131، تاريـــــخ 17/1/1953، ص 86.

15- أنظر في هذا المعنى د صلاح زين الدين، شــــــرح التشريعات الصناعية والتجارية، الدار العلميـــة للنشـــــر والتوزيع ودار الثقافة، عمان، ط1، 2003، ص 117.

16- لمزيد من التفصيل حول أنواع العلامات التجارية راجع الأستاذ نايف حجازي، أنواع العلامات التجارية وأهميتها مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 53، الربع الثالث، 1997.

17 - انظر المادة (43) من قانون العلامات التجارية الأردني.

18- انظر المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني.

19- انظر في هذا المعنى د محمد حسني عباس، الملكيـــة الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، ص 298، فقرة 349.

20- لمزيد من التفصيل حول العلامات المشهورة، راجع المحامي اسامه بشارة غاوي، العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) وقانون العلامات التجارية الأردني، بحث قدم الى نقابة المحامين الأردنيين، غير منشور، 2001، ص 7 وما بعدها، وأيضا المحامي عامر الكسواني، العلامات التجارية المشهورة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 56، الربع الثاني، 1998، ص 18 وما بعدها، وأيضا الأستاذ فتحي ابو نعمة، حماية العلامات التجارية المشهورة والمعروفة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 54، الربع الرابع، 1997، ص 19 وما بعدها.

21- انظر المادتين (2، 1/26/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني.

22- انظر المواد (4/1/7 و 9/7/8) من قانون العلامات التجارية الأردني.

23- انظر المواد (9/8، 1/7، 4) من قانون العلامات التجارية الأردني.

24- انظر المادة (1/7) من قانون العلامات التجارية الأردني.

25- انظر المادة (2،1/7) من قانون العلامات التجارية الأردني.

26- انظر المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني.

27- انظر المادة (1/7) من قانون العلامات التجارية الأردني.

28- انظر المادة (1/15) من اتفاقية تربس حيث تضمنت حكما يقضي بجواز أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها. ولمزيد من التفصيل راجع د جلال وفاء محمدين، الحمايـــــة القانونية للملكية الفكـــرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2000، ص 105 وما بعدها.

29- انظر المـــواد (2، 3، 5، 7،6، 8، 1/10،11، 12، 14،20،21، 34، 38، 39) من قانون العلامات التجارية الأردني. وايضا المواد (11- 20) من نظام العلامات التجارية الأردني.

30- نصت المادة (3) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 على : (.... وإعلانات التحويل والنقل والتنازل وشروطها وقيودها......).

31- بموجب المادة (3) المعدلة بالقانون رقم (34) لسنة 1999 حيث جاء فيها : (أ- أي تحويل او تنازل او نقل ملكية او ترخيص من مالكها للغير باستعمالها ب- الرهن او الحجز الذي يوقع على العلامة التجارية ...).

32- بموجب المادة (1/19) من قانون العلامات التجارية الاردني المعـــدل رقم (34) لسنة 1999 حيث جاء فيها :(يجوز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري..).

33- كانت تنص المادة (19 / 1) من قانون العلامـــات التجارية الاردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل على : (يتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته).

34- بموجب المادة (2/ أ) من قانون تصديق انظمام المملكة الأردنية الهاشمية الى منظمة التجارة العالمية رقم (4) لسنة 2000 والمنشور في الجريدة الرسمية، العدد 4415، تاريخ 2000/2/24، ص 710.

35- بموجب المادة (26/ 2) المعدلة بالقانون رقم (34) لسنة 1999.

36- حيث تنص المادة (21) من الاتفاقية على (يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على ان يعلم أنه غير مسموح بالترخيص الالزامي باستخدام العـــلامــــات التجارية)، ترجمة رسمية نشرت في الجريد ة الرسمية بمص، العدد 24، 15 يونيه 1995، د.حسام الدين الصغير، اسس ومبادىء اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، اتفاقية تريبس، ط1، دار النهضة العربية، القاهره، 1999، ص335.

37- د.حمزة حداد، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص، ورقـــــة عمل قدمت في المؤتمر الاول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية، المنعقد في الفترة 28 – 29/ 5/ 1998، كلية الحقوق، لبنان، ص 1، تم الحصـــــول عليها عـــن طريق الانترنت، موقـــع مركــــز القانـــون والتحكيـــم.

38- انظر د.جاك الحكيم، عقد الترخيص، مقال نشر على الإنترنــــت،ص1. www. Google . com / Syrian law. وأيضا د حمزه حداد، المرجع السابق، ص1 وأيضا د حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة، بدون دار نشر، 1993، ص 6 وما بعدها. وتجدر الإشارة هنا الى إن الترخيص أمر جائز في فقه الشريعة الإسلامية لأنه أصبح مالاً وذا قيمة مالية وله دلالة تجارية معينة تحقق رواج الشيء الذي يحمل الإسم التجاري والذي منح صاحبه ترخيصاً بممارسة العمل وهو مملوك لصاحبه والملك هنا يفيد الإختصاص أو التمكن من الإنتفاع بالشيء المملوك وهذا لا يصادم نصـــاً شرعيـــاً وينطبـــق على كـــل ((إنتاج فكري)) أدبي أو فني أو صناعي أو تجاري ومنها العلامات التجاريـــة لما له من قيمة مالية بين الناس عرفاً. فالعرف الحالي هو الذي جعل للاسم التجاري والترخيص صفة مالية ومستند هذا العرف الإستصلاح أو المصلحة المرسلة المتعلقة بالحقوق الخاصة والعامة.وبما أن العلامة التجارية يمكن ان تخذ الإسم التجاري للمحل التجاري فإن الترخيص بإستعمال العلامة التجارية قياسا على ماسبق جائز في فقه الشريعة الإسلامية. انظر د وهبه الزحيلي، عقود جديدة – عقد المقاولة، بيع الإسم التجاري والترخيص والتنازل عن المنفعة بمقابل (بدل الخلو)، بحث منشور في

مجلة الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون،جامعة الأمارات العربية المتحدة، العـــدد (2)، 1988، ص 24.

39- د.حسن كيرة، المدخل الى القانون،منشأة المعارف بالإسكندرية، ط5، 1973، ص 481.

40- انظر المادة (20/ 1) من قانون العلامات التجارية الأردني.

41- انظر المادة (3 / 1) من قانون العلامات التجارية الأردني التي تناولت التصرفات القانونية الجائزة في العلامة التجارية.

42- انظر المادتين (38، 39) من قانون العلامات التجارية الأردني والتي تتحدث عن الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية.

43- انظر المادة (38 /2) من قانون التجارة الأردني، حيث أخذ المشرع الأردني في قانون التجارة بأن العناصر المعنوية هي أساس المحل التجاري ومنها العلامات الفارقة حسب تعبير المشرع الأردني. وانظر في هذا المعنى المحامي محمد أنور حمادة، التصرفات القانونية الواردة على المحل التجاري – البيع – الرهن – التأجير، دار الفكر العربي، الاسكندرية، 2001، ص 11 وما بعدها.

44- د.حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، المرجع السابق، ص46.

45- لمزيد من التفصيل راجع د.عبدالمجيد محمد الحفناوي، تاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، الاسكندرية، بلا دار ولا سنة نشر، ص 45 وما بعدها. وايضا الاستاذ رامي محمد النحاس، العلامات التجارية ما بين القانونين الأردني والبريطاني – دراسة مقارنة –، بحث مقدم لنقابة المحامين الاردنيين، غير منشور، 1996، ص 1.

46- د.محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 279 فقرة 329.

47- Revision - Daiviad.w,Plant, Resolving International Intellectual Property dispute's, International Chamber of Commerce, 1999, P. 11

48- انظر في هذا المعنى د حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 46 وما بعدها.

49- د صلاح زين الدين، تعريف العلامة التجارية في القانون الاردني – أهمية العلامة ودورها في المجال الاقتصادي، مقال منشور في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 34، الربع الرابع، 1992، ص 26.

50- Revision -Sheldon Burschtein, The Licensing of Trade Marks In Canada, The Trademark Reporter, VOL. 78, March – Aprill ,1988, P.228

51- Revision - Trade- Mark Licensing in Canada, by Mervyn. F. White, P.1, http: WWW. Google.Com

52- سوف تشير الدراسة لاحقاً وعند الحديث عن موقف التشريعات المقارنة الى موقف القضاء من فكرة الترخيص باستعمال العلامة التجارية ودوره في ترسيخ هذه الفكرة وتورد عدداً من القضايا الشهيرة في هذا المجال.

53- أشار الى هذا الرأي د حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 43.

54- د محمود أحمد الكندري، أهم المشكلات العمليـــة التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق، الكويت، العدد 4، السنة 24، 2000، ص 113.

55- انظر على سبيل المثال : المادة (23) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري و المادة (31) من نظام العلامات التجارية السعـــودي و المـــــادة (26) من قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة حيث لم تجيز هذه التشريعات ان يعاد تسجيل العلامة لصالح الغير عن نفس المنتجات الا بعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ الشطب في حين ان قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي متفق مع القانون الاردني حيث جاء في نص المادة (4) منه انه لا يعاد تسجيل العلامة المشطوبة للغير الا بعد مرور سنة من تاريخ الشطب.

56- د. صلاح زين الدين، تعريف العلامة التجارية في القانون الأردني، المرجع السابق، ص 27.

57- انظر د.حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 50 فقرة 26.

58- د.حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية،المرجع السابق، ص 39، فقرة 22 و ص 50 فقرة 26 و ص 93 فقرة 37 هامش رقم (1).

59- المرجع السابق، Revision – Mervyn F. White, P. 3.

60- راجع مقال بعنوان (المستهلكون يطالبون بحماية العلامة التجارية) للأستاذ ماجد ساجع، نشر في جريدة الرأي، العدد 11736، 24 شعبان 1423 هـ، 3 تشرين أول، 2002، السنة 32، ج 2، عمان، ص 30.

61- Revision-Trade mark Licensing and Franchising, (Wipo/ IP / AMM/ 1998) P. 2

62- أطلق المشرع الأردني تسمية المتجر ويتفق الفقه الأردني أن استعمال المشرع لفظ (المتجر) قصد به المحل التجاري، راجع في ذلك د.عبدالقادر العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري، دار الشروق، عمان، 1993، ص 175 و د. محمد حسين اسماعيل، القانون التجاري الأردني، دار عمار،عمان، 1992، ص 177 و د.زهير عباس كريم، و د.حلو ابو حلو،الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني،ج 1،نظرية العمل التجاري والتاجر والمتجر والعقود التجارية، ط 2،بدون دار نشر، 2002، ص 232، هامش رقم (1) و د احمد زيادات و د ابراهيم العموش، الوجيز في التشريعات الأردنية، دار الادريسي، عمان 1995، ص 29، وانظر المادة (26 / 1) من قانون التجارة الاردني حيث يستخدم المشرع الأردني لفظ المحل التجاري، أما المشرع المصري أطلق على ذلك تسمية المحل التجاري في حين أن المشرع اللبناني سماه المؤسسة التجارية.

63- راجع د. محسن شفيق، المحل التجاري، دار الاسراء، عمان، 1998، ص 23 وأيضاً د كامران الصّالحي، بيع المحل التجاري في التشريع المقارن – دراسة مقارنة، دار الثقافة، عمان، ط1، 1998، ص 24 – 42.

64- د.محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، ج1، دار النهضة العربية، القاهره، 1982، ص 87.

65- د علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، 1963، ص 15 فقرة رقم (1).

66- انظر المادتين (58، 97) من قانون الشركات الأردني رقم (22) لسنة 1997 والمنشور في الجريدة الرسمية، العدد 4204 تاريخ 15/ 5 / 1997، ص 2038، وتناولت هاتين المادتين الحصص العينية في رأس مال الشركة ذات المسئولية المحدودة (م 58) والشركة المساهمة العامة المحدودة (م 97). وانظر ايضا المادة (70) من قانون الشركات الاردني رقم (22) لسنة 1997 والمعّدل بالقانون المؤقت رقم (40) لسنة 2002 والتي تناولت المقدمات العينيـــة في رأس مال الشركة المساهمة الخاصة،المنشور في الجريدة الرسمية،العدد 4533، تاريخ 17/ 2/ 2002، ص 373.

67- انظر على سبيل المثال : المادة (76) من قانون الماركات اللبناني الصادر بالقرار رقم 2385 لسنة 1924 و م (24) من قانون العلامات التجارية البريطاني لسنة 1994 و م(5) من قانون لانهام (Lanham Act) الأمريكي لسنة 1946.

68- انظر في هذا المعنى د. إدوار عيد، الاعمال التجارية والتجار والمؤسسة التجارية، مطبعة باخوس وشرتوني، بيروت، 1971،ص 490 فقرة 261 وأيضا د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 40 فقرة 22. ويلاحظ أن المشرع الاردني يمنع مثل هذا التحايل، إذ تقضي المادة (21/ 2) من قانون العلامات الأردني رقـــم (33) لسنة 1952 والمعـــدل بالقانون رقـــم (34) لسنة 1999 حيث لم يجيز المشرع تسجيل العلامة التجارية المشطوبة من السجل لصالح الغير عن نفس البضائع أوالمنتجات أوالخدمات الا بعد انقضاء سنة اخرى من تاريخ الشطب.

69- الاستاذ حسن الفكهاني وعبدالمنعم حسني، الموسوعة الذهبية،الاصدار المدني، ج 7، ص 916 وما بعدها.

70- د.فايز نعيم رضوان، مبادئ قانون المعاملات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة، دار الكتب الوطنية، ط2، 1993، ص 437 فقرة 318. و د.سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، المرجع السابق، ص 256 وما بعدها فقرة 196 و د يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية،دراسة مقارنة، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1992 – 1993، ص 157 فقرة 67.

71- انظر على سبيل المثال : المادة (18) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (57) لسنة 1939 والمعدل بالقانون رقم (69) لسنة 1959، والمادة (17) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (21) لسنة 1957، والمادتين (33، 34) من نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م / 5 تاريخ 1404/5/4 هـ، و المادة (27) من قانون العلامات التجارية لدولة الأمارات العربية المتحدة. رقم 37 لسنة 1992.

72- انظر المادة (19/ 1) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم(33) لسنة 1952 قبل تعديلها.

73- د.سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، المرجع السابق، ص 61 فقرة 187 و د محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 352 فقرة 408.

74- انظر في هذا المعنى د. صلاح الدين الناهي، المرجع السابق، ص 257 وما بعدها.

75- انظر د صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 360 وايضا الاستاذ صلاح سلمان الاسمر، دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الاردني رقم (33) لسنة 1952، ورقة عمل

قدمت في المؤتمر العربي الدولي الاول للملكية الفكرية من إصدار المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية، عمان، 1995، ص 71.

76- د.حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 56، فقرة 28.

77- انظر المادة (19/ 4) من قانون العلامات التجاريـــة الاردني رقم (33) لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 و المادة (20) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري والمادة (36) من نظام العلامات التجارية السعودي والمادة (19) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي والمادة (29) من قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة.

78- لم تصدر تلك التعليمات بعد.

79- أشار اليه د.محمود احمد الكندري، المرجع السابق، ص 11 وما بعدها كما واشار الى هذا الحكم الشهير د.حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 95 وما بعدها.

80- Revision - Basics of Licensing and Technology Transfer- Amman Ahliyya University -Amman –Jordan , 1999 , P. 22

81- لمزيد من التفصيل راجع د حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 102 – 109 فقرة 41 واشار الى هذه الحالات د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 116 – 119.

82 - أشار اليه د محمود الكندري، المرجع السابق، ص 116، هامـــش (29).

83- أشار اليه د محمود الكندري، المرجع السابق، ص 117، هامـــش (30).

84- أشار اليه د محمود الكندري، المرجع السابق، ص 117، هامــش (31).

85- لمزيد من التفصيل حول عقد التوزيع راجع د سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة،1987،ص 193 – 211.

86- أشار اليه د محمود الكندري، المرجع السابق، ص 117 هامش رقم (32).

87- تنـص المادة (5) مـــن قانـون لانـــهـــام Lanham Act (م. 1055 من U.S Code) وعنوانهـــــ (Used by related companies) (Where a registered mark or a mark sought tobe registered is or may be used legitimately by related companies,such use shall inare to the benefit of the registrant or applicant for registration,and such use shall not effect the validity of such mark or of its registration, provided such mark is not used is such manner to deceive the public)

اورد هذا النص د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق،ص 111هامش (1) وايضا د.محمود الكندري، المرجع السابق، ص 18.

88- تنص المادة (45) المعدلة بالقانون الصادر عام 1988 على انه :

(The term (related company) means any person whose use a mark is controlled by the owner of the mark with respect to the nature and guality of the goods or services on or in connectian with which the mark is used)

اورد هذا النص د.حسام الدين الصغير،الترخيص باستعمال العلامة التجارية المرجع السابق،ص 112 هامش (1) وأيضاً د.محمود إلكندري، المرجع السابق، ص 118.

89- انظر د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 119.

90- أورد هذا د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 115.

91- أشار الى هذا الحكم د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق ص 48 وما بعدها فقرة (25).

92- اورده د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 109.

93- Revision- Jhon , Adam, K.Prichard Jhon- Franchising– Butter wordths , 1990 , P.21

94- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 115.

95- قد أوضحت المذكرة التفسيرية لقانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (57) لسنة 1939 الحكمة من حظر التصرف في العلامة التجارية مستقلة عن المشروع التجاري فقالت : (رأينا تمشيا مع المبادئ المقررة في التشريعات الحديثة وعلى الأخص القوانين الانجليزية

والسويسرية والبلجيكيــة الا تجيز نقل ملكية العلامة الا مع المحل التجاري أومشروع الاستغلال باعتبار انها من توابعه أوعبارة (مشروع الاستغلال) الواردة في القانون فيجب ان تفسر بأوسع معانيها لتشمل الاستغلال في جميع صوره ونواحيه المختلفة ولهذه الاسباب لا يجوز ايضا رهن العلامة أوتوقيع الحجز عليها الا مع المحل التجاري أومشروع الاستغلال التي تستخدم في تمييز منتجاته وتطبيقا لهذه القاعدة يشمل انتقال ملكية المحل التجاري أومشروع الاستغلال العلامات المسجلة باسم ناقل الملكية ما لم يكن هناك شرط يخالف ذلك)، اورد ذلك د. محمد صالح بك، شرح القانون التجاري المصري، مكتبة عبدالله وهبه، ج 2، مصر، 1945، ص 306، فقرة 283.

96- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 351، فقرة 408.

97- قد أوضحت المذكرة الايضاحية للقانون رقم (69) لسنة 1959 الى ان المقصود بتقرير حق انتفاع على العلامة وفق تعديل نص المادة (20) من القانون هو الترخيص باستعمال العلامة التجارية حيث قالت : (أظهر التطبيق العملي للمادة (20) من القانون رقم (57) لسنة 1939 الخاص بالعلامات والبيانات التجارية أن مالك العلامة المسجلة كثيراً ما يخول للغير حق الانتفاع بعلامته عن طريق استعمالها بشروط تتعلق بتحديد نطاق الترخيص). انظر في ذلك د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 5 وما بعدها، ص 54 وما بعدها، و د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 352 وما بعدها فقرة رقم (408، 409) وايضا رامي النحاس، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مضمونه وأساسه القانوني وموقف التشريع الاردني منه، مقال منشور في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 53، الربع 3، 1997، ص 29.

98- انظر في ذلك د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 353 وما بعدها فقرة 409.

99- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 1.

100 - وثيقة من اعداد الوايبو،مرجع سابق، Revision - (Trdemark Licensing and Franchising)-P.2

101- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 6 وما بعدها.

102- معجم المنجد في اللغة، لويس معلوف،دار المشرق، بيروت، ط35، 1986، ص 254.

103- راجع في ذلك د. ماجد عمار، عقد نقل التكنولوجيا - الترخيص - شرط التحكيم، دار النهضة العربية، القاهرة، 1987، ص 16.

104- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، المرجع السابق، ص 70.

105- د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992، ص 53.

106- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ط2، 1996 ص 340.

107- أورد هذا النص الاستاذ علاء عزيز حميد الجبوري، عقد الترخيص - دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1،2003، عمان، ص 21، وايضا انظر نفس المؤلف ونفس الصفحة، هامش (2). والنص باللغة الإنجليزية هو : (License means the consent given by the owner of an exclusive right licensor " to another person licensee " to perform certain act which are covered by an exclusive right)

108- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 57 وانظر ايضا ص 125 لنفس المؤلف.

109- انظر في هذا المعنى د. حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 359 فقرة 413.

110- يعرف القانون المدني الأردني في المادة (1205) حق الانتفاع بانه : (حق عيني للمنتفع باستعمال عين تخص الغير واستغلالها ما دامت قائمة على مالها وأن لم تكن رقابتها مملوكة للمنتفع).

111- انظر المادة (1215/ 6) من القانون المدني الأردني.

112- انظر المادة (1086) من القانون المدني الأردني.

113- تنص المادة (1206) من القانون المدني الأردني على أنه: (يكسب حق الأنتفاع بالعقد أو بالوصية أو بمرور الزمان).

114- د. رمضان ابو السعود، دروس في العقود المسماة، عقد الإيجار في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعية، 1986، ص 29 وما بعدها.

115- بموجب المادة (2) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 فأن الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية هو المسجل الموجود لدى وزارة الصناعة والتجارة.

116- الاستاذ علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 44.

117- لمزيد من التفصيل حول ذلك راجع د. عصام انور سليم، الوجيز في عقد الايجار، ج1 – الاحكام العامة في الايجار، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، 2000، ص 33 وما بعدها.

118- د. رمضان ابو السعود، المرجع السابق، ص 30.

119- د. حسام الدين الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 149 وما بعدها.

120- راجع في هذا المعنى د. عصام انور سليم، المرجع السابق، ص 29 وما بعدها.

121- د. انور سلطان، مصادر الالتزام في القانون المدني الاردني – دراسة مقارنة بالفقه الاسلامي، بدون دار نشر، 1987، ص 50 فقرة 57.

122- الاستاذ علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 69.

123- د. حسام الدين الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة، المرجع السابق، ص 90 وما بعدها وانظر ايضا د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 54.

124- مرجع سابق Revision -(Trade- Mark licensing in canda)P.1

125- الاستاذ رامي النحاس، العلامات التجارية بين القانونين الاردني والبريطاني، المرجع السابق، ص 111 وما بعدها.

126- مرجع سابق، (Trade - Mark licensing in canda) P.4

127- د. حسام الدين الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 91.

128- من هذه القوانين : المادة (31) من قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة رقم (37) لسنة 1992 و المادة (26/ج) من قانون العلامات و البيانات التجارية القطري رقم (3) لسنة 1978 و المادة (40) من نظام العلامات التجارية السعودي رقم (م / 5).

129- د. ادوار عيد، العقود التجارية وعمليات المصارف، مطبعة النجوى، بيروت، 1968، ص 6.

130- انظر المادة (6) من قانون التجارة الاردني رقم (12) لسنة 1966.

131- انظر المادة (8) من قانون التجارة الاردني.

132- انظر المواد (51- 105) تحت عنوان (الكتاب الثاني- العقود التجارية) من قانون التجارة الأردني.

133- د. عزيز العكيلي، القانون التجاري - الاعمال التجارية والتجار والمتجر، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1995، ص 59.

134- لمزيد من التفصيل راجع د. عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص 56 وما بعدها.

135- د. عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص 60.

136- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 7.

137- د. عبدالقادر العطير، المرجع السابق، ص 230.

138- انظر د. رمضان ابو السعود، المرجع السابق، ص 28.

139- د. انور سلطان، المرجع السابـق، ص 16 وانظـــر ايضـــا المـــادة (246/ 1) من القانون المدني الاردني.

140- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 16 وانظر ايضا د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 6.

141- انظر المادة (247) من القانون المدني الأردني.

142- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 17.

143- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 1108، تاريخ 17/ 5/ 1952، ص 200.

144- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 4501، تاريخ 8/16 /2001 ، ص 3330.

145- د. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 13 وايضا انظر د. ادوار عيد، العقود التجارية، المرجع السابق، ص 43.

146- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 195.

147- انظر تمييز حقوق رقم 1977/388، مجلة نقابة المحامين الأردنيين،ج4، 1978، ص 195 وايضاً تمييز حقوق رقم 1979/317، مجلة نقابة المحامين الأردنين، ج4، 1980، ص327.

148- انظر د. جاك الحكيم، المرجع السابق ص2.

149- انظر في هذا المعنى د. أنور سلطان، المرجع السابق،ص 17 وما بعدها.

150- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 262.

151- انظر المادة (247) من القانون المدني الاردني.

152- د. رمضان أبو السعود، المرجع السابق، ص 30.

153- انظر د. عصام سليم، المرجع السابق، ص 61 وايضا د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 18 وايضا د. رمضان أبو السعود، المرجع السابق، ص 31.

154- د. حمزه حداد، المرجع السابق، ص 7.

155- انظر المادة (205) من القانون المدني الاردني وانظر في تفاصيل شروط النظرية د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 228 وما بعدها.

156- انظر المادة (1018 / 1) من القانون المدني الاردني.

157- د. رمضان ابو السعود، المرجع السابق، ص 31.

158- د. جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية - البيع - الإيجار-المقاولة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، بلا سنة نشر، ص 10.

159- د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 18.

160- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 7.

161- د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص 1.

162- انظر المادة (89) من القانون المدني الأردني.

163- انظر في هذا المعنى د. عصام سليم، المرجع السابق، ص 31.

164- د. ماجد عمار، عقد نقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص 9.

165- مقـــــال نشر علـــــــــــى شبكــــة الانتــــرنت
Revision - (Trade - Mark licensing) P.4,5

166- بموجب المادة (26 / 3) من قانون العلامات التجارية الاردني لا بد من اصدار تعليمات تحدد اجراءات تسجيل عقد الترخيص وتحديده والمنطقة الجغرافية المحددة لتطبيقه والتنازل عنه وشطبه واي امور تتعلق به الا انها لم تصدر تلك التعليمات بعد.

167- انظر المادة (214 / 1) من القانون المدني الأردني.

168- انظر على سبيل المثال : المادة (32) من قانون العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة رقم (37) لسنـــة 1992 وايضـــــا المادة (42) مـــن نظام العلامات التجاريـــة السعودي رقـــم (م / 5) تاريخ 1404/5/4 هـــ وايضا المادة (26 / و) من قانون العلامات التجارية القطري رقم (3) لسنة 1978.

169 - Revision - (The search for the soures of trade mark licensing) by Han - seop shin, P.2

170- Revision - (The search for the soures of trade mark licensing) P.2.المرجع السابق
وايضـــا (Trade mark protect and enhance your company's مقال تم الحصول reputation) P.3عليه عن طريق شبكة الانترنت

171- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 115 وما بعدها.

172- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 111 وما بعدها.

173- Revision - (The search for the soures of trade mark licensing) P.2

174- Revision - (Trade mark licensing)p.1

175- Revision - (Trade mark licensing) P.2,3. مرجع سابق

176- انظر د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 119.

177- انظر د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 119.

178- انظر الاستاذ حسن ابو ناقوس، ضبط الجودة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 43، الربع الأول، 1995، ص 32 وما بعدها

179- راجع مقال نشر في جريدة الرأي للاستاذ ماجد ساجع، المرجع السابق.

180- انظر المواد (87 – 166) من القانون المدني الاردني.

181- د. عبدالقادر العطير، المرجع السابق، ص 226 وما بعدها وايضا د. ادوار عيد، العقود التجارية، المرجع السابق، ص 8.

182- انظر المادة (13/ 3 / أ) من قانون البينات الأردني.

183- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 4524 تاريخ 31/ 12/ 2001، ص 10.

184- انظر المادة (5/أ) من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني.

185- تنص المادة (21) من اتفاقية تريبس على أنه : (يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على أن يفهم انه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية وبأن لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنهـــا للغير مع أو

بدون نقل المنشاة التي تعود العلامة التجارية اليها لصاحب العلامة الجديده) ترجمة رسمية نشرت في الجريدة الرسمية المصرية، العدد 24 في 15 يونيه 1995، د. حسام الدين الصغير، اسس ومبادئ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 335.

186- د. جلال وفاء محمدين، المرجع السابق، ص 117.

187- انظر المادة (87) من القانون المدني الأردني.

188- (اختيار العلامات التجارية للاستعمال التجاري)، وثيقة من اعداد الوابيو، نشرت في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 42، الربع الرابع، 1994، ص 25.

189- انظر المادة (112) من القانون المدني الأردني.

190- د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 60.

191- د. طالب حسن موسى، العقود التجارية، ط1، 1973، بغداد، ص 14.

192- (اختيار العلامات التجارية للاستعمال التجاري)، المرجع السابق، ص 25 وما بعدها.

193- انظر في هذا المعنى الأستاذ علاء الحبوري، المرجع السابق، ص 69

194- انظر في هذا المعنى د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 14 وما بعدها.

195- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 8.

196- انظر المادة (110) من القانون المدني الأردني.

197- انظر المادة (1086) من القانون المدني الاردني.

198- انظر المادة (112) من القانون المدني الأردني.

199- انظر المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني.

200- د. رمضان ابو السعود، المرجع السابق، ص 31.

201- انظر المادتين (120، 130/ 2) من القانون المدني الأردني.

202- انظر المادة (118 /2) من القانون المدني الأردني.

203- انظر المادة (125) من القانون المدني الأردني.

-204 انظر المواد (135 – 156) من القانون المدني الأردني.

-205 د. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 9.

-206 د. سميحة القلييوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 8. وايضا د. ادوار عيد، العقود التجارية، المرجع السابق، ص 8 وما بعدها وانظر المادة (95/ 1، 2) من القانون المدني الاردني.

-207 انظر المادة (93) من القانون المدني الاردني.

-208 د. طالب حسن موسى، المرجع السابق، ص 10 وما بعدها.

-209 د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 46.

-210 د. عبدالقادر العطير، المرجع السابق،ص 226 وما بعدها وايضا علاء الجبوري،المرجع السابق، ص 71، وانظر المواد (101– 103) من القانون المدني الاردني.

-211 انظر في هذا د. ادوار عيد، العقود التجارية، المرجع السابق، ص 9

-212 انظر المادة (102) من القانون المدني الاردني.

-213 د. عبدالقادر العطير، المرجع السابق، ص 228.

-214 د. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 7.

-215 انظر د. عبدالرزاق السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني،نظرية الالتزام،دار النهضة العربية،1966،ص 85.

-216 انظر المادة (92) من القانون المدني الأردني.

-217 لمزيد من التفصيل حول هذه الشروط راجع، د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 60 وما بعدها.

-218 انظر في هذا المعنى الاستاذ علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 81

-219 انظر (اختيار العلامات التجارية للاستعمال التجاري)، المرجع السابق، ص 25 وما بعدها.

-220 د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 62 وما بعدها.

-221 انظر المادة (106) من القانون المدني الأردني.

-222 انظر د. السنهوري، المرجع السابق، ص 67.

223- د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 54.

224- انظر المادة (96، 99) من القانون المدني الأردني.

225- انظر في هذا المعنى علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 86.

226- انظر المادة (99) من القانون المدني الأردني.

227- انظر المادة (96) من القانون المدني الأردني.

228- د. السنهوري، المرجع السابق، ص 70.

229- انظر المادة (98) من القانون المدني الأردني.

230- انظر المادة (99) من القانون المدني الأردني.

231- انظر المادة (100 /2) من القانون المدني الأردني.

232- انظر المادة (100/ 1) من القانون المدني الاردني.

233- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص 48.

234- انظر المادة (95 / 1) من القانون المدني الاردني.

235- انظر المادة (95 / 1) من القانون المدني الاردني.

236- انظر المادة (95/ 2) من القانون المدني الاردني.

237- علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 92.

238- ماجد عمار، عقد نقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص 339.

239- علاء الجبوري، المرجع السابق، ص 94.

240- د. ماجد عمار، عقد نقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص 340.

241- د. احمد محمد محرز، القانون التجاري، ج1، الملكية الصناعية، القاهرة، 1987، ص 317، فقرة 315.

242- د. سمير جميل حسين الفتلاوي، استغلال براءة الاختراع،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 1984، ص 25.

243- انظر المادة (68) من القانون المدني الاردني.

244- د. صلاح سلمان الاسمر، العلامة التجارية في القانون الاردني والمصري،المرجع السابق، ص 68 وايضا د. صلاح الدين الناهي،المرجع السابق، ص 19.

245- د. صلاح الاسمر، المرجع السابق، ص 68، وانظر في ذلك د. عبدالرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني- حق الملكية-ج8، دار احياء التراث العربي، لبنان، بدون سنة نشر، ص 277- 281.

246- انظر المادة (1/26) من قانون العلامات التجارية الاردني حيث أعطت الحق القصري في استعمال العلامة التجارية المسجلة تسجيلاً قانونياً على مالكها.

247- انظر د. صلاح الاسمر،المرجع السابق،ص 68 وايضا د. نواف كنعان،حق المؤلف،مكتبة الأقصى، عمان، 1987، ط1، ص 63- 65.

248- د. محمد منصور أحمد، العلامات التجارية -جريمة الغش التجاري - دار الرياض للطبع والنشر، 1955، ج2، ص 86. وايضا انظر الاستاذ ماهر حمدان، المرجع السابق، ص 35.

249- د. صلاح الأسمر، المرجع السابق، ص 69.

250- د. علي العريف،شرح القانون التجاري المصري،ج1، شركات الاشخاص والملكية الصناعية، مطبعة أحمد مخيمر، ط2، 1959، ص 523

251- انظر المادة (1/20 معدلة) من قانون العلامات التجارية الاردني حيث مدة ملكية العلامة هي عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها قابلة للتجديد لمدد مماثلة حسب أحكام القانون.

252- أورد هذا الرأي د. صلاح الأسمر، المرجع السابق، ص 70.

253- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 13.

254- راجع المادة (58) من القانون المدني الأردني.

255- انظر المادة (19 معدلة) من قانون العلامات التجارية الأردني.

256- د. حسن كيرة، المرجع السابق، ص 481.

257- د. صلاح زين الدين، الحمايـــة القانونية للعلامة التجارية في القانون الاردني ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-7/11 /2000، جامعة اليرموك، الاردن 2001، ص 683.

258- المحامي صلاح الاسمر، المرجع السابق، ص 36.

259- انظر المادة (1/21) من قانون العلامات التجارية الأردني.

260- انظر المادة (3/21) من قانون العلامات التجارية الأردني.

261- د. سميحة القليوبي،الوجيز في التشريعات الصناعية، المرجع السابق، ص 261 وما بعدها.

262- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية العدد 4389، تاريخ1999/11/1، ص 4256.

263- انظر المادة (58) من القانون المدني الاردني وقد سبق الاشارة اليها.

264- انظر المادة (5/7) من قانون العلامات التجارية الاردني.

265- انظر المادتين (17، 18) من قانون العلامات التجارية الاردني.

266- انظر قرار رقم 39/ 87 عدل عليا، تاريخ 6/11/ 1987، مجلة نقابة المحامين الاردنين، السنة 36، العدد 4-6، ص 694- 699.

267- انظر المادة (4) من إتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية.

268- انظر المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني التي جعلت مدة حماية العلامة التجارية عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها قابلة للتجديد لمدد مماثلة حسب أحكام القانون.

269- انظر المادة (17) من قانون براءات الاختراع الاردني رقم (32) لسنة 1999 التي جعلت مدة حماية الاختراع عشرون لسنة تبدأ من تاريخ ايداع طلب تسجيله.

270- انظر المادة (2/21) من قانون العلامات التجارية الاردني. وانظر المادة (6) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 والمعدل بالنظام رقم (37) لسنة 2000.

271- انظر المادة (3، 19) من قانون العلامات التجارية الاردني و المادة (18) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري و المـــواد (33، 35،

36، 37) من نظام العلامات التجارية السعودي و المادتيـــن (25، 26) من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري و المــــادتين (27، 30) من قانون العلامات التجارية الأماراتي.

272- انظر د. علي العريف، المرجع السابق، ص 565.

273- انظر المادة (1/3/ أ، 19 /4) من قانون العلامات التجارية الاردني.

274- انظر المادة (1/19)من قانون العلامات التجارية الاردني رقم(33) لسنة 1952 قبل تعديلها حيث لم يتطرق المشرع الاردني كما جعل المشرع المصري الى حالة رهن العلامة التجارية او الحجز عليها في المادة (18) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري.

275- انظر د. صلاح الاسمر، المرجع السابق، ص 76.

276- انظر المادة (3/ 1 / ب، 19/ 4) من قانون العلامات التجارية الاردني.

277- لم تصدر تلك التعليمات بعد.

278- انظر د. صلاح زين الدين، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الاردني، المرجع السابق، ص 666.

279- انظر المادة (45) من اتفاقية تريبس.

280- د. صلاح الدين الناهي، المرجع السابق، ص 259 وما بعدها.

281- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية العدد 4423،تاريخ 2000/4/2، ص 1316.

282- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 1131، تاريخ 1/17/ 1953، ص 486.

283- انظر المادة (61) من اتفاقية تريبس.

284- لمزيد من االتفصيل حول هذا الجرائم راجع الأستاذ ماهر حمدان، حماية العلامات التجارية – دراسة مقارنة – منشورات الجامعة الاردنية، 1999، ص 152 وما بعدها.

285- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة،المرجع السابق، ص 150 وأيضا الأستاذ محمد الزاقوت، العلامة التجارية، أهميتها – استعمالاتها – حمايتها،مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 39، الربع الأول،1994، ص 31.

286- الاستاذ محمد الزاقوت، المرجع السابق، ص 31.

287- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، المرجع السابق، ص 149.

288- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 150.

289- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 3 و7 وما بعدها، وانظر ص 8، هامش رقم (24).

290- انظر على سبيل المثال : المادة (26/ 3) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 والمادة (34) من قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (37) لسنة 1992 و المادة (38) من نظام العلامات التجاريـــة السعودي رقم م/5 تاريخ 4/5/ 1404هــ. والمادة (28/ 1) من قانون العلامات التجارية البريطاني لسنة 1994.

291- د. حمزه حداد، المرجع السابق، ص 9.

292- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 57.

293- تنص المادة (465) من القانون المدني الأردني على أن:(البيع تمليك مال أو حق مالي لقاء عوض).

294- انظر المادة (19/ 2) من قانون العلامات التجارية الأردني و المادة (27) من قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة و المادة (18) من قانون العلامات والبيانات العراقي، في حين أن التنازل في بعض القوانين العربية غير جائز الا اذا اقترن بالتنازل عن المحل التجاري. انظر

مثلا : المادة (18) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري و م (25) من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري.

295- انظر المادة (21) من اتفاقية تربيس.

296- انظر المادة (6/ 4) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

297- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق، ص 356.

298- انظر المادة (3) و المادة (19 / 4) من قانون العلامات التجارية الاردني و المادة (20) من قانون العلامات والبيانات التجارية المصري و المادة (19) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي و المادة (29) من قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة والمادة(25/هـــ، و) من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري.

299- انظر المادة (55) من قانون التجارة الأردني.

300- انظر د. يعقوب صرخوه،الأسهم وتداولها في الشركات المساهمة،دار النهضة العربية،القاهرة،1982، ص 79.

301- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 58.

302- انظر د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 359. وايضا د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 58.

303- د. محمد حسني عباس، المرجع السابق ص 359.

304- انظر في هذا المعنى د. ماجد عمار، عقد نقل التكنولوجيا، المرجع السابق، ص 28 وأيضا د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 58 وما بعدها.

305- د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع، المجلد الرابع، ص 6.

306- د. عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 6، هامش رقم (1).

307- انظر المادة (1086) من القانون المدني الأردني.

308- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 61.

309- Revision (Trade mark Licensing and Franchising) P.1

310- انظر (الفرانشايز – ظاهرة امريكية تغزو العالم)، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 43، الربع الأول، 1995، ص 36.

311- انظر د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 96 وما بعدها.

312- د. محمد محسن ابراهيم النجار،عقد الامتياز التجاري،دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2001، ص 10.

313- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 61.

314- د. محمد النجار، المرجع السابق، ص 11.

315- د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 1.

316- د. محمد النجار، المرجع السابق، ص 11.

317- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 93.

318- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 92.

319- د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 4.

320- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 64.

321- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 102.

322- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 65.

323- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 103.

324- د. محمد النجار، المرجع السابق، ص 260.

325- لمزيد من التفصيل حول ذلك راجع د. محمد النجار، المرجع السابق، ص 260 وما بعدها.

326- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 104.

327- انظر (الفرانشايز – ظاهرة اميركية تغزو العالم)، المرجع السابق، ص 37.

328- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، المرجع السابق، ص 67.

329- د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 5.

330- د. محمد النجار، المرجع السابق، ص 11

331- د. ماجد عمار، عقد الامتياز التجاري، المرجع السابق، ص 5.

332- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 6 هامش (1).

333- من هؤلاء انظر،د. محمود الكندري، المرجع السابق،ص 92 وايضا د. ماجد عمار،المرجع السابق،ص 3، و د.محمد النجار،المرجع السابق، ص 10.

334- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص 73.

335- د. ماجد عمار، المرجع السابق، ص 20.

336- د.ماجد عمار،المرجع السابق،ص11 وانظر ايضا د.سميحة القليوبي،شرح العقود التجارية،المرجع السابق،ص 193.

337- د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 195.

338- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العـــدد 4113، تاريـــخ 16 / 4/ 1996، ص 1173.

339- نشر هذا القانون في الجريدة الرسميـــة، العـــدد 4338، تاريـــخ 1999/4/1، ص 1188.

340- انظر المواد (25، 45، 52، 53، 56، 60 – 68، 86– 96) من قانون العمل الأردني.

341- د. حسام الدين كامل الأهواني، شرح قانون العمل، بدون دار نشر، 1991، ص 141، فقرة 129 وما بعدها.

342- د. احمد عبدالكريم ابو شنب، شرح قانون العمل الجديد، منشورات جامعة الاسراء، عمان، 1998، ص 67 وما بعدها وايضا د. محمد لبيب ابو شنب، شرح قانون العمل، دار النهضة العربية، القاهره، ط4،1983، ص 49 وما بعدها وايضا د. حسام الدين الأهواني، المرجع السابق، ص 130.

343- د. احمد ابو شنب، المرجع السابق، ص 67 وايضا د. حسام الاهواني، المرجع السابق، ص 132.

344- د. محمد ابو شنب، المرجع السابق، ص 49.

345- انظر تمييز حقوق قرار رقم 123 / 87،مجلة نقابة المحامين الاردنيين، 1990، ص 30.

346- د. محمد ابو شنب، المرجع السابق، ص 46، فقرة 31.

347- انظر المادة (26 / 2) من قانون العلامات التجارية الأردنـــي رقم (33) لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 حيث أجازت لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو اكثر باستعمال العلامة التجارية دون تحديد لطبيعته. وانظر أيضا المادة (37) من نظام العلامات التجارية السعودي وأيضا المادة (26) من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري حيث أشارتا الى انه يجوز الترخيص لأي شخص سواء طبيعي أو معنوي

348- نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، العدد 4496، تاريخ 16/ 7 / 2001، ص 2785.

349- د. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 149

350- انظر المادة (86 / 1) من قانون التجارة الأردني.

351- د. فتحي عبدالصبور، الوسيط في قانون العمل،ج1،المدخل الى تشريع العمل،علاقات العمل الفردية،بدون دار نشر،1985،ص 238 فقرة 167 ويكمن الفرق بين الطوافين والجوابين والممثلين التجاريين ومندوبي التأمين هو فيما يتعلق بدائرة العمل، فدائرة عمل الطواف تنحصر في منطقة المنشأة في حين أن الجواب يقوم برحلات لبحث عن العملاء والممثل التجاري يتخذ عادة مكتبا لمباشرة أعمال الوساطة ومندوب التأمين يعمل خارج منطقة

المنشأة لجذب العملاء لإبرام عقد التأمين وقد يخوله عمله سلطة التوقيع على بوالص التأمين، انظر نفس المؤلف، ص 238.

352- د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص 1.

353- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 9 وما بعدها.

354- انظر المادة (833) من القانون المدني الاردني.

355- انظر المادة (80/ 1) من قانون التجارة الاردني وايضا المادة (2) من قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الاردني.

356- انظر المادة (80/ 2، 87 /1) من قانون التجارة الاردني.

357- انظر المادة (87 / 2) من قانون التجارة الاردني.

358- انظر المادة (81/ 1) من قانون التجارة الاردني.

359- انظر المادة (80/ 3) من قانون التجارة الاردني.

360- لمزيد من التفصيل راجع د. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، المرجع السابق، ص 193 وما بعدها.

361- لمزيد من التفصيل حول صور عقد التوزيع الشامل راجع د. سميحة القليوبي،، المرجع السابق، ص 193– ص 211.

362- انظر المادة (2) من قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الاردني .

363- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 10.

364- انظر المادة (2) من قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الاردني.

365- انظر د. حسام الدين الصغير، الترخيص بإستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص25. وأيضاً د. اكثم الخولي، الوسيط في القانون التجاري، الجزء 3، الأموال التجارية،مطبعة نهضة مصر، ط1، 1964، ص202 ولمزيد من التفصيل حول الطبيعة القانونية لعقد الترخيص راجع ما تم بحثه في المبحث الأول من الفصل الثالث.

366- تحيل الدراسة بشأن هذا الى ماتم بحثه في المبحث الأول من الفصل الثاني حول الطبيعة القانونية لعقد الترخيص والأختلافات ما بينه وبين عقد الإيجار.

367- انظر المادة (2/202) من القانون المدني الأردني.

368- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص4.

369- انظر المادة (55) من قانون التجارة الأردني.

370- د. حمزة حدد، المرجع السابق، ص 4.

371- انظر المادة (3، 1/19) من قانون العلامات التجارية الأردني.

372- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 128.

373- Revision - The search for the sources trade mark licensing P. 2 of 3

374- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص113، وما بعدها.

375- د. محمود الكندري، المرجع السابق،ص 122 وانظر أيضاً د.حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص117 هامش رقم (1) وانظر أيضاً
Trade Protect and enhance four compans repatation, p.3

376- انظر في هذا المعنى د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص115 وما بعدها.

377- Revision -" Merision -David A- Burge , patent and trade 1999 ,p.18,mark ,Third EDition ,

378- لمزيد من التفصيل راجــع كل من : د. محمد عبد القادر الحاج،مسئولية المنتج والموزع دراسة مقارنة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي،رسالة دكتوراه، مقدمة الى جامعة القاهره، 1982، أيضـــاً د. حسن عبد الباسط جمعي، مسئوليــة المنتج عن الاضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة،2000، وايضاً د. محمد شكري سرور، مسئولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1983. وايضاً د. نائل عبد الرحمن صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني دراسة تحليلية مقارنة، زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1991.

379- مازال قانون حماية المستهلك في مراحلة الأخيرة لإقراره من قبل مجلس الوزراء بصورة قانون مؤقت.

380- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص124.

381- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص140.

382- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص126 وما بعدها.

383- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص141 وراجع بشأن فرانشايز البيان التجاري ما تم بحثه في المبحث الثاني من الفصل الثالث.

384- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 143 وما بعدها.

385- انظر د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص128.

386- د. جعفر الفضلي، المرجع السابق، ص248.

387- انظر المادتين (684-685) من القانون المدني الأردني

388- انظر المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني.

389- انظر المادة (6) من نظام العلامات التجارية (1) لسنة 1952 المعدل النظام رقم (37) لسنة 2000.

390- انظر المادة (17) من القانون العلامات التجارية الاردني.

391- انظر المادة (18) من القانون العلامات التجارية الاردني.

392- انظر المادة (685) من القانون المدني الأردني.

393- أنظر المادة (2/686) من القانون المدني الأردني.

394- انظر في هذا المعنى د. جعفر الفضلي، المرجع السابق، ص249 وما بعدها.

395- انظر المادة (687) من القانون المدني الأردني.

396- انظر في هذا المعنى د. جعفر الفضلي، المرجع السابق، ص 248.

397- انظر المادة (689) من القانون المدني الأردني.

398- انظر في هذا المعنى، د. جعفر الفضلي، المرجع السابق، ص 239.

399- انظر المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني.
400- انظر المادة (6) من نظام العلامات التجارية الأردني رقم (1) لسنة 1952 المعدل بالنظام رقم (37) لسنة 2000
401- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص128.
402- انظر المادة (2/21) من قانون العلامات التجارية الأردني.
403- د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص 2.
404- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 6.
405- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 174.
406- مع أن المشرع الأردني قرر سقوط الحق في ملكية العلامة التجارية بسبب عدم الاستعمال الفعلي وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب بموجب المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني
407- د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص 2.
408- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 149.
409- د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص 2.
410- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 359. وأيضاً د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 152.
411- انظر المادة (3) من القانون العلامات التجارية الأردني
412- انظر المادة (3) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني
413- انظر المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني.

414- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص153.

415- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص4.

416- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 154.

417- د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، ص154.

418- انظر في هذا المعنى د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 4.

419- د. جاك الحكيم، المرجع السابق،ص3.

420- انظر المادة (1/692) من القانون المدني الأردني.

421- د جاك الحكيم، المرجع السابق ص3.

422- انظر في هذا د. جاك الحكيم، المرجع السابق، ص2 وما بعدها.

423- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 13.

424- د. حمزة حداد، المرجع السابق، ص 13 وما بعدها.

425- انظر المادة (9) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني.

426- انظر المادة (254) من القانون المدني الأردني.

427- انظر المادة 2/334، (246) من القانون المدني الأردني.

428- انظر المادتين (248،247) من القانون المدني الأردني.

429- انظر المادة (242-244)من القانون المدني الأردني.

430- انظر في هذا المعنى د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة، المرجع السابق، ص 130.

431- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص129 هامش رقم (1).

432- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص129 وما بعدها.

433- انظر في هذا المعنى د.جعفر الفضلي، المرجع السابق، ص 292.

434- انظر المادة (19،3) من القانون العلامات التجارية الأردني.

435- انظر المادة (206، 207) من القانون المدني الأردني.

436- د. انور سلطان، المرجع السابق،ص 229.

437- د. انور سلطان، المرجع السابق، ص229.

438- انظر المادة (205) من القانون المدني الأردني.

439- انظر المادة (1/710) من القانون المدني الأردني.

440- انظر المادة (1/710) من القانون المدني الأردني.

441- انظر المادة (206، 709 /2) من القانون المدني الأردني.

442- كما لو سجلت العلامة تجارية استناداً الى نص المادة (8) ممن قانون العلامات التجارية الأردني.

443- انظر المادة (1/707) من القانون المدني الأردني.

444- تحيل الدراسة بشأن عقود الفرانشايز إلى المبحث الثاني من الفصل الثاني فلا داعي لتكرار.

445- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 131 وما بعدها.

446- أورد ذلك د. حسام الدين الصغير، المرجع السابق، 123 وما بعدها هامش رقم (1).

447- انظر المادة (66) من القانون المدني الأردني.

448- انظر المادة (3/3) من القانون المدني الاردني وايضاً المادة (3) من قانون التجارة الأردني.

449- د. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 137

450- انظر المادة (1/202) من القانون المدني الأردني.

451- د. محمود الكندري، المرجع السابق، 149.

452- انظر في هذا المعنى د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 150 وما بعدها.

453- . د. محمود الكندي، المرجع نفسة، ص150 هامش رقم (85).

454- د. محمود الكندي، المرجع السابق، ص 153.

455- د. محمود الكندي، المرجع السابق، 154.

456- د. محمود الكندري، المرجع السابق، ص 153 هامش (94).

457- انظر المادة (2/66) من القانون المدني الأردني.

458- د. محسن شقيق، المحل التجاري، المرجع السابق ص 25 وما بعدها.

459- د. أكثم الخولي، الوسيط في القانون التجاري، ج4، العقود التجارية، مكتبة سيد عبد الله وهبة القاهرة، 1958، ص 269.

المراجع

أ- المراجع العربية

اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية عام(1883) مع تعديلاتها.

اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية عام(1994)- تريبس - (TRIPS).

اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية عام (1891) مع تعديلاتها.

أحكام محكمة العدل العليا الأردنية المنشورة في مجلة نقابة المحامين الأردنيين، اعداد مختلفة.

أحكام محكمة التمييز الحقوقية المنشورة في مجلة نقابة المحامين الأردنيين، أعداد مختلفة.

زيادات، احمد، العموش، ابراهيم، (1995)، الوجيز في التشريعات الأردنية، دار الادريسي، عمان.

أبو شنب، أحمد عبد الكريم،(1993)، شرح قانون العمل، دار النهضة العربيـــة، ط4، القاهرة.

محرز، أحمد محمد،(1987)، القانون التجاري، الجزء الأول، الملكية الصناعية، القاهرة.

(اختيار العلامة التجارية للاستعمال التجاري)،(1994)، وثيقة من اعداد المكتب الدولي للوايبو، نشرت في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 42، الربع الرابع.

عيد، ادوار،(1971)، الأعمال التجارية والتجار والمؤسسة التجارية، مطبعة باخوس وشرتوني، بيروت.

عيد، أدوار،(1968)، العقود التجارية وعمليات المصارف، مطبعة النجوى، بيروت.

أساسيات الترخيص ونقل التكنولوجيا،(1999)، ندوة علمية عقدتها جمعية مسؤولي الترخيص في الدول العربية بالتعاون مع جمعية المؤسسات العربية الخاصة بالتعليم العالي المنعقدة في الفترة من 4-6 كانون أول في جامعة عمان الأهلية، الاردن.

غاوي، أسامة بشارة،(2001)، العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) وقانون العلامات التجارية الأردني، بحث مقدم إلى نقابة المحامين الأردنيين، غير منشور.

الخولي، أكثم أمين،(1964)، الوسيط في القانون التجاري، الجزء الثالث، الأموال التجارية، ط، مطبعة نهضة مصر.

الخولي، أكثم أمين، (1958)، الوسيط في القانون التجاري، الجزء الرابع، العقود التجارية، مكتبة سيد عبدالله وهبه، القاهرة.

الجريدة الرسمية للمملكة ألاردنية الهاشمية، أعداد مختلفة.

(الفرانشايز – ظاهرة أمريكية تغزو العالم)،(1995) مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 43، الربع الأول.

القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة(1976).

حمادة، انور،(2001)، التصرفات القانونية الواردة على المحل التجاري، دار الفكر العربي، الإسكندرية.

سلطان، أنور،(1987)، مصادر الالتزام في القانون الاردني – دراسة مقارنة بالفقه الاسلامي، بدون دار نشر.

عبد الرحيم، ثروت،(بلا سنة طبع)، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، السعودية.

الحكيم، جاك، عقد الترخيص التجاري، مقال نشر على شبكـــــة الانترنـــت W.W. W GoogLe Com/ WW. Syrin Law

جريدة الدستور الأردنية، العدد الصادر في 13/ 4/ 2000.

جريدة الرأي الأردنية، العدد الصادر في 31 /2002/10.

الفضلي، جعفر،(بلا سنة نشر)، الوجيز في العقود المدنية، مكتبة دار الثقافة، عمان.

محمدين، جلال وفاء،(2000)، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية.

الصغير، حسام الدين، (1993)، أسس ومبادئ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، اتفاقية تريبس،ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.

الصغير، حسام الدين،(1993)، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة، بلا دار نشر.

الأهواني، حسام الدين كامل،(1991)، شرح قانون العمل، بدون دار نشر.

جميعي، حسن عبد الباسط،(2000)، مسؤلية المنتج عن الاضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة.

كيره، حسن،(1973)، المدخل إلى القانون،ط5، منشأة المعارف بالاسكندرية.

الفكهاني، حسن،حسني، عبد المنعم،(بلا سنة نشر)، الموسوعة الذهبية، الاصدار المدني، الجزء الرابع.

ابو ناقوس، حسن،(1995)، ضبط الجودة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 43، الربع الأول.

أبو حلو، حلو، المحتسب، سائد،(2001)، مقدمة في الملكية الفكرية - الحماية القانونية لبراءات الاختراع، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-2001/7/11 في جامعة اليرموك، الاردن.

حداد، حمزة،(1998)، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في الفترة ما بين 28-1998/5/29 في جامعة لبنان، نشر على شبكة الانترنت، موقع مركز القانون والتحكيم.

النحاس، رامي محمد،(1997)، الترخيص باستعمال العلامة التجارية - مضمونه واساسه القانوني وموقف التشريع الاردني منه، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 53، الربع الثالث.

النحاس، رامي محمد،(1996)، العلامات التجارية ما بين القانونين الأردني والبريطاني - دراسة مقارنة، بحث مقدم الى نقابة المحامين الأردنيين، غير منشور.

ابو السعود، رمضان،(1986)، دروس في العقود المسماة، عقد الايجار في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعية.

كريم، زهير عباس،ابو حلو، حلو،(2002)، الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني، الجزء الاول، ط2، بدون دار نشر.

القليوبي، سميحة،(1967)، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة.

القليوبي، سميحة،(1987)، شرح العقود التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة.

القليوبي، سميحة،(1996)، الملكية الصناعية، ط1، دار النهضة العربية.

الناهي، صلاح الدين،(1983)، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان.

زين الدين، صلاح،(2000)، الملكية الصناعية والتجارية،ط1، مكتبة دار الثقافة، عمان.

زين الدين، صلاح،(2003)، شرح التشريعات الصناعية والتجارية،ط1، مكتبة دار الثقافة، عمان.

زين الدين، صلاح،(1992)، تعريف العلامة التجارية في القانون الاردني - أهمية العلامة ودورها في المجال الاقتصادي، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 34، الربع الرابع.

زين الدين، صلاح،(2001)، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الاردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-2000/7/11، جامعة اليرموك، الاردن.

الأسمر، صلاح سلمان،(1986)، العلامة التجارية في القانون الاردني والمصري، بلا دار نشر.

الاسمر، صلاح سلمان،(1995)، دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الاردني رقم (33) لسنة 1952، ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر العربي الدولي الاول للملكية الفكرية، عمان.

موسى، طالب حسن،(1973)، العقود التجارية،ط1، بغداد.

الكسواني، عامر،(1998)، العلامات التجارية المشهورة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 56، الربع الثاني.

الخشروم، عبدالله،(2002)، أثر انضمام الاردن الى منظمة التجـــارة العالميـــة (WTO) في تشريعات الملكية الصناعية والتجارية الاردنية، بحث منشور في مجلة الحقوق، الكويت، العدد2، السنة 26.

الحفناوي، عبدالمجيد محمد،(بلا سنة طبع)، تاريخ النظم الاجتماعية والقانونية، الاسكندرية،بلا دار نشر.

السنهوري، عبدالرزاق،(1966)، الوجيز في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام، دار النهضة العربية.

السنهوري، عبدالرزاق،(بلا سنة نشر)، الوسيط في القانون المدني، عقد البيع، المجلد الرابع.

السنهوري، عبدالرزاق،(بلا سنة نشر)، الوسيط في شرح القانون المدني – حق الملكية – الجزء الثامن، دار إحياء التراث العربي، لبنان.

العطير، عبدالقادر،(1993)، الوسيط في شرح القانون التجاري، دار الشروق، عمان.

العبادي، عبدالناصر نزال، (2000)، أثر تطبيق اتفاقية حقوق الملكية الفكرية على الاقتصاد الوطني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في جامعة اليرموك في الفترة من 10- 11 / 7/ 2000، الاردن.

العكيلي، عزيز،(1995)، القانون التجاري – الأعمال التجارية والتجار والمتجر، مكتبة دار الثقافة، عمان.

أنور سليم، عصام،(2000)، الوجيز في عقد الايجار، الجزء الأول، الاحكام العامة في الايجار، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية.

الجبوري، علاء عزيز،(2003)، عقد الترخيص - دراسة مقارنة،ط1، دار الثقافة، عمان.

يونس، علي حسن،(1963)، المحل التجاري، دار الفكر العربي.

العريف، علي،(1959)، شرح القانون التجاري المصري، ج1، شركات الأشخاص، ط2، مطبعة أحمد مخيمر.

رضوان، فايز نعيم،(1993)، مبادئ قانون المعاملات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة،ط2، دار الكتب الوطنية.

عبد الصبور، فتحي،(1985)، الوسيط في قانون العمل، الجزء الأول، بدون دار نشر.

أبو نعمة، فتحي،(1997)، حماية العلامات التجارية المشهورة والمعروفة، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 54، الربع الرابع.

قانون براءات الاختراع الأردني رقم (32) لسنة(1999).

قانون تصديق انضمام المملكة الأردنية الهاشمية الى منظمة التجـــارة العالمية رقم (4) لسنة(2000).

قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة(1966).

قانون علامات البضائع الأردني رقم (19) لسنة (1953).

قانون الشركات الأردني رقم (22) لسنة(1997) والمعدل بالقانون رقم (4) لسنـــــة (2000) والقانون رقم (40) لسنة(2000).

قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم (85) لسنة (2001).

قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردنـــــي رقـــم (15) لسنة(2000).

قانون البينات الأردني رقم (30) لسنة (1952) المعدل بالقانون رقـــم (37) لسنـــة (2001).

قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانـــون رقـــم (34) لسنة(1999).

قانون العمل الأردني رقم (8) لسنة(1996) المعدل بالقانون رقم (11) لسنة(1999)
قانون العلامات التجارية البريطاني لعام(1994).
قانون العلامات والبيانات التجارية المصري رقم (57) لسنة(1939) المعدل بالقانون رقم (69) لسنة (1959).
قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (21) لسنة (1957).
قانون العلامات والبيانات التجارية القطري رقم (3) لسنة (1978).
قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم (37) لسنة (1992).
قانون الماركات اللبناني الصادر بالقرار رقم (2385) لسنة (1924).
قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردني رقم (28) لسنة (2001).
قانون لانهام (Lanham Act) الأمريكي لسنة (1946).
الصّالحي، كامران،(1998)، بيع المحل التجاري في التشريع المقارن،ط1، دار الثقافة، عمان.
معلوف،لويس، (1986)، معجم المنجد في اللغة،ط35، دار المشرق، بيروت.
عمّار، ماجد،(1987)، عقد نقل التكنولوجيا – الترخيص – شرط التحكيم، دار النهضة العربية، القاهرة.
عمّار، ماجد، (1992)، عقد الامتياز التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة.
حمدان، ماهر فوزي،(1999)، حماية العلامات التجارية – دراسة مقارنة، منشورات الجامعة الاردنية، مطبعة الجامعة الاردنية.

مجلة حماية الملكية الفكرية التي تصدر عن المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية، عمان، ألاردن، اعداد مختلفة.
مجلة نقابة المحامين الصادرة عن نقابة المحامين الأردنيين في ألاردن ، أعداد مختلفة.
عباس، محمد حسني،(1976)، الملكية الصناعية أو طريق انتقال الدول النامية إلى عصر التكنولوجيا، بلا دار نشر.
عباس، محمد حسني،(1971)، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة.

اسماعيل، محمد حسين،(1992)، القانون التجاري الاردني، دار عمار، عمان.

الزاقوت، محمد،(1994) العلامة التجارية- اهميتها - استعمالاتها - حمايتها، دراسة نشرت في مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 39، الربع الأول.

سرور، محمد شكري،(1983)، مسئولية المنتج عن الاضرار التي تسببها منتجاته الخطرة،ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.

صالح بك، محمد،(1945)، شرح القانون التجاري المصري، الجزء الثاني، مكتبة عبدالله وهبه، مصر.

علي الحاج، محمد عبدالقادر،(1982)، مسئولية المنتج والموزع - دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الاسلامي،(رسالة دكتوراه مقدمة إلى جامعة القاهرة، كلية الحقوق، من مكتبة الجامعة الاردنية، قسم الرسائل العلمية).

أبو شنب، محمد لبيب،(1983)، شرح قانون العمل،ط4، دار النهضة العربية، القاهرة.

النجار، محمد محسن ابراهيم،(2001)، عقد الامتياز التجاري - دراسة في نقل المعارف الفنية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية.

أحمد، محمد منصور،(1955)، العلامات التجارية - جريمة الغش التجاري، دار الرياض للطبع والنشر.

الشرقاوي، محمود سمير،(1982)، القانون التجاري، الجزء الاول، دار النهضة العربية، القاهرة.

الكندري، محمود أحمد،(2000)، أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق، الكويت، العدد 4، السنة 24.

شفيق، محسن،(1998)، المحل التجاري، دار الاسراء، عمان.

صالح، نائل عبد الرحمن،(1991)، حماية المستهلك في التشريع الاردني، دراسة تحليلية مقارنة، مكتبة زهران، عمان.

نظام العلامات التجارية الأردني رقم (1) لسنة(1952) المعدل بالنظام رقم (37) لسنة (2000).

نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بموجب المرسوم الملكي (رقم م / 5 تاريخ 4/5/ 1404هـ).

كنعان، نواف،(1987)، حق المؤلف، مكتبة الاقصى، عمان.

الزحيلي، وهبة،(1988)، عقود جديدة – عقد المقاولة، بيع الاسم التجاري والترخيص والتنازل عن المنفعة بمقابل، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، جامعة الامارات العربية المتحدة، العدد (2).

صرخوه، يعقوب يوسف،(1992-1993)، النظام القانوني للعلامات التجارية – دراسة مقارنة، مطبعة جامعة الكويت.

صرخوه، يعقوب يوسف،(1982)، الاسهم وتداولها في الشركات المساهمة، دار النهضة العربية، القاهرة.

ب- المراجع الانجليزية

David, W.Plant. (1999), Resolving International Intellectual Property Disputes Internationa Chamber of ommerce, Chapter one An Overiev of intellectual proprety.

Merision,David,Burege.(1999), Patent and Trade Mark, Third Edition.

Jhon, Adam, K. Prichard Jhon.(1990), Franchising,Butter worths

Sheldon, Burchtein.(1988),The Lincensing of trade marks in Canda, The trade marke Reporter, Vol, (78), March.

Trade Mark Licensing and Franchising (Wipo/IP/AMM/1998/11).

Trade Mark Licensing in Canada,by Mervyn F. Whith. (File :// A: /Trade mark Licensing.Htm).

The Search For the Sources of Trade Mark ,by Han SeopShin. (http://www.ipmall.fplc.Edu).

Trade Mark Licensing (file ://A:/ www.carters law firm.Com).

Trade Mark Protect and Enhance Your Compan Reputation. (http:// green win.Com/id 4t.htm).